PIILOTETTU OSAAMINEN

Emme tunnista nykyajan kansainvälisiä osaajia – mutta juuri heitä jokainen työnantaja tarvitsee muuttuvassa maailmassa.

Demos Helsinki
2013

TYÖRYHMÄ:
Juha Leppänen
Jenna Lähdemäki
Roope Mokka
Aleksi Neuvonen
Mari Orjasniemi
Maria Ritola

TOIMITUS:
Riku Siivonen

KYSELYTUTKIMUKSEN TOTEUTUS:
Juuso Pesälä

GRAAFINEN SUUNNITTELU:
Rebekka Gröhn

PIILOTETTU OSAAMINEN

Emme tunnista nykyajan kansainvälisiä osaajia – mutta juuri heitä jokainen työnantaja tarvitsee muuttuvassa maailmassa.

Demos Helsinki
2013

SISÄLLYSLUETTELO

TIIVISTELMÄ
8 havaintoa kansainvälisestä osaajasta 6
Kansainvälinen osaaminen on mullistunut 7-8
Mitä tutkimushankkeessa tehtiin? 9
Kooste kiireiselle lukijalle 10-11

I MITEN TYÖELÄMÄN KANSAINVÄLISYYS ON MUUTTUNUT? – TAUSTAA TUTKIMUKSELLE 13
1.1 Suomalaisen työelämän neljä reittiä kansainvälisyyteen 16-22
Työelämän muutos 1: Koulutustaso nousi 16-17
Työelämän muutos 2: Internet tuli työpaikalle 17-18
Työelämän muutos 3: Raja koti- ja globaalien markkinoiden välillä hämärtyi 18-20
Työelämän muutos 4: Työperäinen maahanmuutto aukesi 21
1.2 Piilotettu kansainvälinen osaaminen 23-25
Kätketty kansainvälisyys 24

II MITÄ KANSAINVÄLISYYS TYÖELÄMÄSSÄ ON NYT? KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET 27
Miten kyselytutkimus tehtiin 28
2.1 Miten kansainvälistä osaamista arvostetaan? 30-32
2.2 Mitkä ovat työelämälle tärkeitä rekrytointikriteerejä? 32-35
2.3 Mitä kansainvälinen osaaminen on? 36-39
2.4 Miten tunnistat kansainvälisen osaajan? 39-42
2.5 Kansainväliset osaajat ovat kiinnostuneita maailmasta 42-43
2.6 Näyteikkuna kansainväliseen osaamiseen 43
Merkityksellisen työn kaipuu 44-47

III MEGATRENDIT MUUTTAVAT TYÖELÄMÄÄ 49
3.1 Maailman muutosten ymmärtäjät ovat menestyneet ennenkin... 50
3.2 ...mutta tulevaisuudessa tämä vain korostuu 51-53
3.3 Megatrendit työntyvät työelämän ytimeen 53-55
CASE: MAANVILJELIJÄ KARI KOKKONEN – hallituksen hinnoista futuurikauppaan 54
Megatrendi 1: Niukat resurssit 56-61
CASE: ZEN ROBOTICS– Bisnestä resurssiniukkuudesta 60
Megatrendi 2: Muuttuva väestö 62-67
CASE: LAPPSET – kaikenikäisten kaupunkilaisten liikuttaja 66
Megatrendi 3: Globaali talous 68-73
CASE: TIKAU – vastuullista bisnestä nykyajan yksilöille 72
Megatrendi 4: Teknologinen planetarismi 74-79
CASE: ROVIO - Globaalin mobiilipelimarkkinan hallitsija 78
3.4 Mahdollisuus suomalaiselle työelämälle 79

IV MITÄ SEURAAVAKSI: UTELIAS LUOKKA RATKAISEE VIHELIÄISET ONGELMAT 81
4.1 Luovasta luokasta tuli utelias 84-87
4.2 Aika tunnistaa osaajat 87-88

LAHJAT — TOIMENPIDE-EHDOTUKSIA ERI TAHOILLE 89-96

LÄHDELUETTELO 97-99

LIITTEET 101-138

Tiivistelmä

“Parasta mitä elämällä on tarjota, on saada työskennellä ahkerasti asioiden parissa, joilla on merkitystä.”

- Theodore Roosevelt,
Yhdysvaltojen 26. presidentti vuonna 1903

8

HAVAINTOA KANSAINVÄLISESTÄ OSAAJASTA

1) Kansainvälinen osaaminen on muuttunut ja laajentunut monia eri reittejä.

2) Pian työelämään siirtyvien opiskelijoiden kansain-välinen osaaminen syntyy kansainvälisen liikkuvuuden lisäksi entistä enemmän myös harrastuksissa, viihteessä ja vuorovaikutuksesta vertaisryhmissä.

3) Uusia kansainvälisiä osaajia on paljon, mutta heidän potentiaalinsa hyödyntämisessä on huomattavasti parantamisen varaa.

4) Luovan luokan rinnalle on nousemassa utelias luokka, joka on kiinnostunut maailman suurista kysymyksistä. Rekrytoinnissa heitä ei kuitenkaan vielä tunnisteta.

5) Työnantajat eivät kiinnitä huomiota kansainväliseen osaamiseen rekrytoinnissa – mutta arvostavat juuri niitä ominaisuuksia, joihin kansainvälisen osaamisen koetaan liittyvän.

6) Globaalien megatrendien seurauksena yritysten ja kansantalouksien kilpailu kovenee – tarvitaan osaajia, jotka ymmärtävät näitä megatrendejä.

7) Utelias luokka kasvattaa kansantalouksien kilpailukykyä ja hyvinvointia ratkaisemalla ihmiskunnan viheliäisimpiä ongelmia.

8) Kansainvälistä osaamista on helppo kartuttaa – lue, viihdy, etsi – ole utelias.

KANSAINVÄLINEN OSAAMINEN ON MULLISTUNUT

Muuttuvan maailman haasteet ovat globaaleja. Isot megatrendit, kuten väestönmuutos tai resurssien niukkuus muokkaavat jokaisen yrityksen toimialaa. Kaikkein parhaat edellytykset menestymiseen on firmoilla, joiden liiketoiminta perustuu ratkaisujen tarjoamiseen näihin globaaleihin ongelmiin. Megatrendit vaikuttavat kaikkiin toimialoihin ja myös yrityksiin, joiden ydinbisnes ei synny tätä kautta. Tuulensuojaa ei ole. Siksi tarvitaan osaajia, jotka ymmärtävät näitä megatrendejä.

Tulevaisuuden osaamisessa korostuu uteliaisuus maailmaa ja sen muutoksen suurta kuvaa kohtaan. Tällaisissa tilanteissa Suomi ja suomalaiset ovat aina olleet hyviä. Vuonna 2010 julkaistussa Suomen maabrändiraportissa ("Miten Suomi ratkaisee maailman viheliäisimpiä ongelmia – Consider it solved") kuvattiin, kuinka globaalit ongelmat, joita voidaan kutsua viheliäisiksi ongelmiksi[1], ovat Suomelle mahdollisuus. Meidän suuria vahvuuksiamme ovat ennakkoluulottomuus ja ratkaisukeskeisyys. Suomen menestys ei perustu yksittäiseen onnenkantamoiseen, vaan onnistumisia on tullut monella eri sektorilla.

Oivallus ihmiskunnan ja eri maiden yhteiskuntien yhteisistä haasteista ja niiden jaetuista ratkaisuista muuttaa nyt ja lähivuosina tapaa, jolla ajattelemme yritysten ja kansakuntien rakentavan (taloudellista) menestystään. Menestystä tuottavat innovaatiot onnistuvat parhaiten, kun niillä on yhteys globaalien viheliäisten ongelmien ratkaisemiseen.

Yksi innovaatioiden ja ratkaisukeskeisyyden taustalla oleva perustavanlaatuinen inhimillinen ominaisuus on uteliaisuus. Uteliaisudella onkin nyt kysyntää. Tämän raportin taustalla oleva tutkimus viittaa siihen, että uteliaisuus tuottaa merkittävää arvoa suomalaiselle työelämälle. Tätä arvoa ei aiemmin ole tunnistettu. Nyt määritämme, mitä arvoa uteliaisuus tuottaa.

Löysimme opiskelijoille ja työnantajille suunnatussa kyselytutkimuksessa uudenlaisen, syntymässä olevan kansainvälisten osaajien ryhmän. Heissä yhdistyvät uteliaisuus ja kiinnostus maailman suuria kysymyksiä kohtaan. He ovat ihmisiä, joilla on mahdollisuus ennakkoluulottomuudellaan tunnistaa uusia markkinoita, ymmärtää hyvinkin erilaisten ihmisten tarpeita ja tehdä yhteistyötä yli monenlaisten rajojen. He ovat myös niitä ihmisiä, joita lähes minkä tahansa yrityksen kannattaisi rekrytoida. Mutta haasteena on, että suuri osa työnantajista ei tunnista näitä uusia kansainvälisiä osaajia – eivätkä osaajat ymmärrä potentiaaliaan aina edes itse. He ovat ikään kuin piilossa.

Samaan aikaan puolet suomalaisista työnantajista yhdistää kansainvälisen osaamisen sellaisiin ominaisuuksiin kuten empatia, sitkeys, ongelmanratkaisukyky, itsetunto, itsevarmuus ja luotettavuus. Useat näistä ominaisuuksista nousivat suomalaisen työelämän tärkeimmiksi arvioimien

1 Viheliäiset ongelmat ovat luonteeltaan monimutkaisia, eikä niihin ole yhtä selkeää ratkaisua. Usein yksi ratkaisu tuottaa uuden ongelman. Monet aikamme globaaleista haasteista kuten talouskriisi, ruoan hinnan nousu ja ilmastonmuutos ovat luonteeltaan viheliäisiä.

rekrytointikriteerien joukkoon — Monien näiden ominaisuuksien tunnistaminen rekrytointiprosessin kuluessa on vaikeaa. Näyttääkin siltä, että kansainvälinen osaaminen on kelpo indikaattori, jonka avulla voidaan tunnistaa muita työnantajien positiivisiksi määrittämiä ominaisuuksia.

Näin ei kuitenkaan vielä tapahdu. Tämä johtuu siitä, että kansainvälinen osaaja on nähty pääosin liikkuvana, kielitaitoisena ja eri kulttuureja ymmärtävänä henkilönä. Muita kansainvälisen osaamisen ulottuvuuksia ei ole vielä tunnistettu. Samalla suomalaisen työntekijän kansainvälisen osaamisen luonne on muuttunut monen kehityskulun vaikutuksesta. Kansainvälistä osaamista ei voi enää jäsentää pelkästään näiden perinteisten osaamisalueiden kautta.

Tämän päivän kansainväliset osaajat eivät välttämättä käy vaihdossa tai työskentele ulkomailla. Sen sijaan he kuluttavat suurella todennäköisyydellä kansainvälistä mediaa ja kulttuuria. He saattavat myös itse tuottaa sisältöjä ja käyttää globaaleja palveluita. He ovat vuorovaikutuksessa erilaisten globaalien vertaisryhmien kanssa. He saavat kansainvälisiä vaikuttimia arjessaan jatkuvasti. Tämä on se iso joukko osaajia, joilla ei ole aiemmin ymmärretty olevan kansainvälistä kokemusta tai osaamista.

Raportin tärkein tulos on se, että viheliäisimpien ongelmien aikakaudella työelämän pitää ymmärtää uusia ongelmia ja niiden muotoja. Tämä tarkoittaa sitä, että rekrytointia pitää muuttaa. Kansainvälisen osaamisen arvoa ei ole riittävän hyvin tunnistettu. Sen paremmassa hyödyntämisessä on merkittävä potentiaali yrityksille ja julkiselle sektorille.

CIMOn ja suomalaisen elinkeinoelämän tulee ymmärtää, mikä on kansainvälisen osaajan rooli ja minkälaisten asioiden kautta siitä kannattaa puhua. Näin piilossa oleva osaamispotentiaali saadaan käyttöön. Se on tärkeää koko suomalaiselle yhteiskunnalle, sillä meillä ei ole varaa jättää tätä osaamista käyttämättä, jos haluamme todella rakentaa menestystä ihmiskunnan viheäisimpien ongelmien ratkaisijoina. Kansainvälinen osaaminen ei ole vain kielitaitoa tai kulttuuriymmärrystä, vaan monia muitakin asioita – esimerkiksi kiinnostusta maailman moninaisiin kysymyksiin. Uteliaisuutta.

”Tämän päivän kansainväliset osaajat eivät välttämättä käy vaihdossa tai työskentele ulkomailla.”

MITÄ TUTKIMUSHANKKEESSA TEHTIIN?

CIMO valitsi Demos Helsingin kumppanikseen tutkimushankkeeseen, jonka tavoitteena oli selvittää kansainvälisyyden merkitystä muuttuvassa yhteiskunnassa ja tulevaisuuden työelämässä. Vuonna 2005 CIMO tutki työnantajaselvityksessä työelämän suhtautumista kansainväliseen osaamiseen. Käsissäsi oleva tutkimus hyödynsi CIMOn vuonna 2005 itsenäisesti laatiman tutkimuksen havaintoja ja syvensi niitä.[1.]

Tämä tutkimus ja analyysi perustuvat pääosin Demos Helsingin ja CIMOn kokoamiin aineistoihin, jotka kerättiin vuonna 2012 järjestetyistä työpajoista sekä kattavasta kyselytutkimuksesta. Tässä tutkimushankkeessa kerättyjen aineistojen lisäksi tutkimuksessa hyödynnettiin Demos Helsingin aiempia tutkimuksia, CIMOn vuoden 2005 tutkimusta ja muuta lähdemateriaalia.

Tutkimushankkeessa kerätyt aineistot:

- **Asiantuntijatyöpaja toukokuussa 2012:** Tutkimushanke käynnistyi, kun Demos Helsinki ja CIMO järjestivät työpajan koulutusalan asiantuntijoille määrittääkseen kansainvälisen osaamisen viitekehystä ja portinvartijoita.

- **Kaksi portinvartijatyöpajaa lokakuussa 2012:** Työpajatyöskentelyyn osallistui yhteensä 130 kansainvälistä osaamista eri näkökulmista katsovaa toimijaa. Työpajojen avulla kartoitettiin megatrendien vaikutusta työelämään ja muuttuviin osaamistarpeisiin. Työpajoissa oli mukana laaja joukko toimijoita startup-yrittäjistä koulutusalan ja järjestökentän aktiiveihin sekä suurten suomalaisyritysten edustajiin.

- **Asiantuntijahaastattelut syksyn 2012 aikana,** joissa Demos Helsinki haastatteli lukuisia kansainvälisyyden ja kansainvälisen osaamisen asiantuntijoita. Näkemyksiä, kokemuksia ja havaintoja on käytetty tämän tutkimuksen tausta-aineistona.

- **Kysely opiskelijoille ja työnantajille loka-marraskuussa 2012:** Työnantaja-aineisto koostuu 283 vastaajasta ja opiskelija-aineisto 1770 vastaajasta. Työnantaja-aineistoon etsittiin vastaajia ottamalla rekisteriotannan pohjalta yhteyttä valittuun satunnaisotantaan suomalaisia työnantajia. Myös opiskelija-aineiston kerääminen toteutettiin verkkokyselyn avulla. Kyselyä levitettiin CIMOn oppilaitoskontaktien kautta oppilaitoksille, jotka välittivät kyselyä sähköpostilistoille. Vastaajat olivat ammatillisen toisen asteen opiskelijoita mukaan lukien oppisopimusopiskelijat sekä korkea-asteen opiskelijoita (AMK+YO).

1 *CIMO 2005. Opiskelijoiden kansainvälinen liikkuvuus ja työelämä: Työnantajien näkemyksiä ulkomailla opiskelun ja harjoittelun merkityksestä.*

KOOSTE KIIREISELLE LUKIJALLE

LUKU I

Miten työelämän kansainvälisyys on muuttunut? – taustaa tutkimukselle

Suomalainen työelämä on kansainvälistynyt neljän ison muutoksen myötä. Sinänsä tutut ilmiöt – globalisoituva talous, internetin leviäminen ja yritysten työntekijäjoukon kansainvälistyminen – ovat muuttaneet perustavalla tavalla sitä, mitä kansainvälinen osaaminen nykyään on ja keitä ovat kansainväliset osaajat.

Aiemmin kansainvälinen osaaminen on nähty pääosin liikkuvuutena, kielitaitona ja kulttuuriymmärryksenä. Kun hallitsi nämä, oli "kansainvälinen osaaja". Mutta analyysimme pohjalta päädymme esittämään, että tämä ei enää riitä kuvaamaan kansainvälistä osaajaa. Suomalaisessa työelämässä kansainväliset osaajat jäsennetään kuitenkin usein perinteisen viitekehyksen kautta. Siksi kansainvälisiä osaajia näyttäisi olevan ikään kuin piilossa.

T : TÄSTÄ IKONISTA TUNNISTAT TYÖPAJA-AINEISTOSTA KERÄTYT SITAATIT.

LUKU II

Mitä kansainvälisyys työelämässä on nyt? Kyselytutkimuksen tulokset

Kansainvälisen osaamisen määrittäminen perinteisessä viitekehyksessä näkyy yritysten rekrytoinnissa: työnantajat eivät nykyisin pidä kansainvälistä osaamista kovin keskeisenä rekrytointikriteerinä. Se on erikoista muun muassa siksi, että kyselytutkimuksen perusteella työnantajat saattavat samaan aikaan jopa toivoa työntekijöiltä niitä ominaisuuksia, joita kansainvälisillä osaajilla on. Kansainvälinen osaaminen on edelleen liikkuvuutta ja kielitaitoakin, mutta myös esimerkiksi arkista toimintaa kuten luontevaa kanssakäymistä eri vertaisryhmien kanssa, usein verkon kautta. Työnantajien kyselyvastausten perusteella kansainvälinen osaaminen yhdistetään yhä muun muassa liikkuvuuteen ja kielitaitoon, mutta myös verkostoitumisen, sopeutumiskyvyn ja yhteistyökyvyn kaltaisiin asioihin. Osa kansainvälisestä osaamisesta on arkista toimintaa kuten usein verkon kautta tapahtuvaa luontevaa kanssakäymistä eri vertaisryhmien kanssa. Kansainväliset osaajat ovat kiinnostuneita maailman isoista muutoksista, jotka vaikuttavat yritysten toimintaan. Tätä kiinnostusta ei ole koskaan pystytty kääntämään arvoksi, vaikka yhteiskunta on sitä pullollaan. Siksi yritysten on syytä tietää, mistä kansainvälistyneen ryhmän tunnistaa. Varsinkin siksi, että ryhmä on laajempi kuin olemme kuvitelleet.

LUKU III

Megatrendit muuttavat työelämää

Työelämällä on kiire tunnistaa kansainväliset osaajat ja hyödyntää heidän osaamisensa. Se johtuu siitä, että maailmaa ja samalla työelämän osaamistarpeita muokkaavat isot megatrendit: resurssien niukkuus ja kallistuminen, väestönmuutokset, globaali talous ja teknologinen planetarismi. Niiden seurausten ymmärtäminen on edellytys oikeaan rekrytointiin – ne vaikuttavat kaikkien yritysten toimintaan. Muuttuvan tulevaisuuden maailman haasteet ovat globaaleja, mutta ne ovat myös ratkaistavissa globaalein opein. Kaikkein parhaiten menestyvät firmat, jotka ratkovat globaaleja ongelmia, mutta kukaan ei ole megatrendeiltä suojassa.

LUKU IV

Mitä seuraavaksi: Utelias luokka ratkaisee viheliäiset ongelmat

Suomalainen työelämä on muuttunut kansainväliseksi ja kansainvälisen osaamisen eri muodot ovat korostuneet. Yritykset ja organisaatiot ovat globaalien muutosten keskellä. Mutta mitä luvussa kaksi tunnistettu uteliaisuus ja luvussa kolme kuvatut megatrendit tarkoittavat? Tuliko viime vuosisadan ja tämän vuosituhannen alun kilpailukyvyn luojasta, luovasta luokasta, utelias? Käsitteenä "luova luokka" ei ilmaise mitään siitä, mihin luovaan luokkaan kuuluva ihminen hyödyntää kyvykkyyttään. Nyt yhä useammin ihmisiä on alkanut kiinnostaa se, mihin he luovuutensa käyttävät ja mitä ongelmia he ovat luovuudella ratkomassa. Onko utelias, maailman isoista kysymyksistä kiinnostunut luokka avain 2010-luvun menestykseen niin yrityksille kuin kansantalouksillekin?

LAHJAT

Raportti päättyy toimenpide-ehdotusten sijaan konseptilahjoihin. Näiden lahjojen avulla monet eri toimijat suomalaisessa yhteiskunnassa pääsevät hyödyntämään kansainvälistä osaamista ja uteliaisuutta uusilla tavoilla. Lahjoissa kuvatut ajatukset toiminnasta voi suoraan viedä käytäntöön, ja niiden avulla suomalaisessa yhteiskunnassa saadaan hyödynnettyä aiempaa paremmin myös piilossa olevaa osaamista.

I.

Miten työelämän kansainvälisyys on muuttunut? – taustaa tutkimukselle

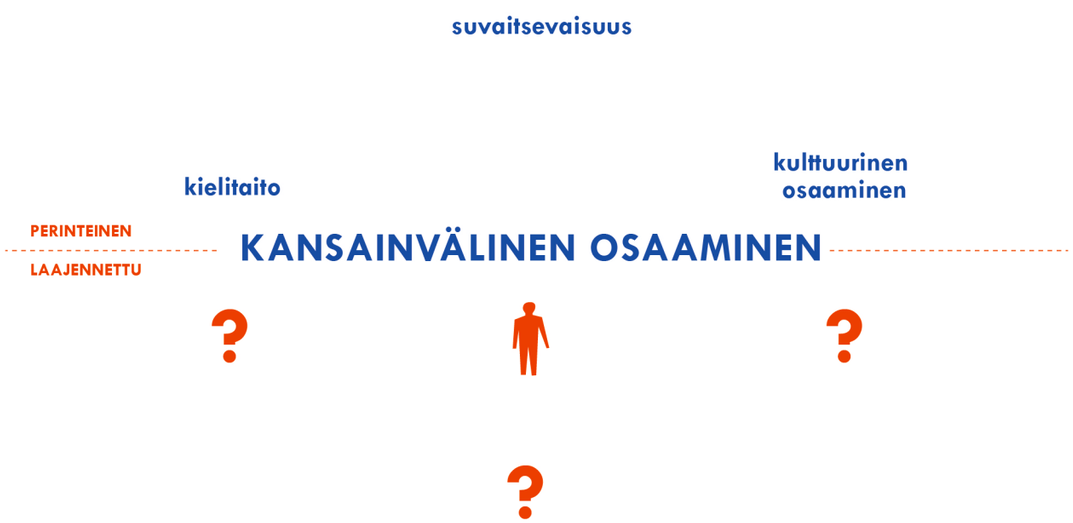
MISTÄ LUKU KERTOO?

Tässä luvussa kuvataan, kuinka suomalainen työelämä on kansainvälistynyt neljän ison muutoksen myötä. Sinänsä tutut ilmiöt – globaali talous, internet, koulutustason nousu ja yritysten työntekijöiden sijoittuminen myös ulkomaille – ovat muuttaneet perustavalla tavalla sitä, mitä kansainvälinen osaaminen nykyään on ja keitä ovat kansainväliset osaajat.

Kansainvälinen osaaminen on nähty pääosin liikkuvuutena, kielitaitona ja kulttuuriymmärryksenä. Kun hallitsi nämä, oli "kansainvälinen osaaja". Mutta analyysimme pohjalta päädymme esittämään, että tämä ei enää riitä kuvaamaan kansainvälistä osaajaa. Suomalaisessa työelämässä kansainväliset osaajat jäsennetään kuitenkin usein perinteisen viitekehyksen kautta. Siksi kansainvälisiä osaajia näyttäisi olevan ikään kuin piilossa.

KESKEINEN AINEISTO:

- **Asiantuntijatyöpaja toukokuussa 2012:** Tutkimushanke käynnistyi, kun Demos Helsinki ja CIMO järjestivät työpajan koulutusalan asiantuntijoille määrittääkseen kansainvälisen osaamisen viitekehystä ja portinvartijoita.
- **Kaksi portinvartijatyöpajaa lokakuussa 2012:** Työpajatyöskentelyyn osallistui yhteensä 130 kansainvälistä osaamista eri näkökulmista katsovaa toimijaa. Työpajojen avulla kartoitettiin megatrendien vaikutusta työelämään ja muuttuviin osaamistarpeisiin. Työpajoissa oli mukana laaja joukko toimijoita startup-yrittäjistä koulutusalan ja järjestökentän aktiiveihin sekä suurten suomalaisyritysten edustajiin.



Kuva 1:1 Perinteinen kansainvälinen osaaminen.

Yksi 2010-luvun yhteiskunnan keskeisistä piirteistä on haasteiden monimutkaistuminen. Se, mikä koko 1900-luvun ajan osattiin ratkaista yksinkertaisin keinoin, vaatii 2000-luvulla paljon laajempaa ymmärrystä. Suomen elinkeinorakenne on muuttunut, Nokian rinnalle kaivataan kipeästi uusia vientituotteita. Näkyykö tämä muutos myös siinä, miten kansainvälinen osaaminen ymmärretään? Mikä on kansainvälistä ja mikä kansainvälistä osaamista?

20 vuotta sitten, CIMOn perustamisen aikoihin kansainvälisyyden merkitys suomalaisessa yhteiskunnassa oli selvä. Suomi piti viedä isoihin pöytiin ja siihen tarvittiin viejiä. Syntyi kansainvälisten osaajien tarve. Näitä osaajia suuret yritykset sitten rekrytoivat ja palkkasivat kovalla rahalla. EU-jäsenyyden myötä ministeriöt lähettivät suomalaisia oppimaan Brysseliin.

1990-luvulla suomalaisessa työelämässä tunnistettiin hyvin kansainvälinen osaaja. Tämä sukupolvi vei juuri EU:n jäsenenä aloittanutta Suomea eteenpäin ja liikkui sujuvasti pöydästä toiseen. Taito neuvotella, käydä kauppaa tai työskennellä tehokkaasti osana monikulttuurista työyhteisöä oli erityinen osaamisen laji, jonka arvo työmarkkinoilla oli selkeä. Niillä kyvyillä pääsi työelämässä eteenpäin.

Samoihin aikoihin Nokian menestys sai aikaan vientiteollisuuden rakennemuutoksen. Metsäteollisuuden ja paperikoneiden perinteisesti dominoima suomalainen vienti olikin yhtäkkiä verkkojen, palveluiden ja kuluttajatuotteiden kauppaa. Nokian osuus Suomen kokonaisviennistä kipusi 20 prosenttiin. Tuota vientiä vetivät Nokian nuoret insinöörit ja kauppatieteilijät.

Globaali markkinatalous puolestaan aiheutti sen, että yritykset muuttuivat, kasvoivat ja fuusioituivat. Kansainvälinen osaaja oli ihminen, joka pystyi kääntämään koko yrityksen strategian kansainväliseksi.

Syksyllä 2012 järjestämissämme työpajoissa ja haastatteluissa esiin nousi kymmeniä erilaisia näkökulmia kansainvälisyyteen[2]:

“Kansainvälisyyden määrittely riippuu täysin siitä missä yhteydessä kansainvälisyydestä puhutaan”, oli yleinen kommentti.

“Hyvä termi, mutta mitä se tarkoittaa? Emmekö me kaikki elä jo globaalissa maailmassa?” kuului kysymyksenä. Onko siis niin, että meidän pitäisi puhua ennemmin globaalista kuin kansainvälisestä?
Kysyimme tätä syksyn toisessa työpajassa[3]:

“Molempia termejä tarvitaan, kansainvälisen ja globaalin erot ovat selvät”, sanoi yksi osallistuja. Toinen vastasi:

“Perusasteen koulutuksessa puhutaan globaalista kasvatuksesta ja toisen asteen koulutuksessa kansainvälisestä osaamisesta.”

Näyttää siltä, ettei kansainvälisyyden merkitys ole yksiselitteinen. Tulkintoja on yhtä monta kuin tulkitsijoitakin. Perinteinen kansainvälinen osaaminen (kuva 1:1) oli helppoa ymmärtää. Se oli muutaman helposti määriteltävän asian summa ja tuotti työelämään pienen määrän kansainvälisiä osaajia. Tutkimuksen taustahaastatteluissa, työpajoissa ja luvussa kaksi käsiteltävässä kyselytutkimuksessa nousi kaikissa esiin, että kansainvälinen osaaminen liitetään ainakin kielitaitoon, kulttuuriseen osaamiseen ja suvaitsevaisuuteen. Perinteinen kansainvälisen osaamisen määritelmä tuntuu kuitenkin olevan aikansa elänyt – liian kapea. Kansainvälisyyteen liitetään nyt paljon enemmän asioita. Tämän saimme selville kysymällä työpajoissa, mihin asioihin kansainvälinen osaaminen liittään. Näyttäisikin siltä, että todellisuudessa kansainvälinen osaaminen

2 Demos Helsingin järjestämä työpaja 4.10.2012 Helsingissä.

3 Demos Helsingin järjestämä työpaja 23.10.2012 Helsingissä.

on paljon laajempi ja vaikeammin määriteltävä kokonaisuus asioita. KUVA 1:1

Jaottelu perinteisen ja laajennetun kansainvälisen osaamisen välillä muodostaa taustakehyksen tälle raportille. Sitä kautta voidaan saada selville, keitä ovat tämän päivän kansainväliset osaajat ja miten moninaisiin ilmiöihin kansainvälinen osaaminen vuonna 2013 yhdistyy. Ensin kuitenkin käymme läpi, kuinka suomalaisen työelämän kansainvälisyyden luonne on muuttunut.

1.1 Suomalaisen työelämän neljä reittiä kansainvälisyyteen

Milloin suomalaisesta työelämästä tuli kansainvälistä? Milloin Suomessa tehty työ oikeastaan lakkasi olemasta aina “suomalaista työtä”? Tästä käsitteestä on puhuttu paljon ja varmaa on vain, että kansainvälistymisen vaikutukset näkyvät suomalaisessa työelämässä kautta linjan.

Tämä ei ole historiallinen tutkielma emmekä siksi hae näihin kysymyksiin vastauksiksi tarkkoja vuosilukuja tai edes vuosikymmeniä. Sen sijaan tämän raportti kuvaa sitä, millaisena asiana kansainvälinen osaaminen koetaan työelämässä ja millaiset tekijät tuottavat kokemusta kansainvälisestä osaamisesta. Näiden teemojen valottamisessa on tärkeä ymmärtää, millaisen muutoksen läpi suomalainen työelämä on kulkenut ja millä eri tavoin kansainvälisyys on tullut osaksi työelämää.

Kehitys on ollut nopea. Se on tapahtunut samanaikaisesti kun köyhästä Suomesta ja sen verrattain vähän koulutetusta kansasta on tullut yksi maailman vauraimmista, teknologisesti edistyneimmistä ja parhaiten koulutetuista kansakunnista. Suomi on muuttanut omakuvaansa syrjäisestä järvien ja metsien maasta korkean osaamisen eurooppalaiseksi ja globaaliksi keskittymäksi.

Suomi koki 1950-luvulla olevansa yksin. Kansakunta eli omien voimavarojensa turvin. Viennistäkin iso osa oli sotakorvauksien maksamista. Ulkomaisia pääomia ei ollut, vaan suomalaista perusinfrastruktuuria rahoitettiin muun muassa Kelan suomalaisilta keräämillä eläkerahoilla.

Sen jälkeen on muuttunut paljon. Erityisesti 1970-luvulta alkanut länsimaisissa järjestelmissä mukana olo huipentui vuonna 1995 EU-jäsenyyteen. Oli halu päästä istumaan "oikeisiin pöytiin". Näissä pöydissä on sittemmin myös istuttu. Suomi on kansainvälistynyt harppauksin siitä 1950-luvun yhteiskunnasta, joka oppi ottamaan askeleita uudessa Euroopassa.

Tämän tarinan me suomalaiset poikkeuksellisen historiatietoisena kansana toki tunnemme. Mutta miten tämä muutos on näkynyt työelämässä? Siitä voidaan erottaa neljä merkittävää osa-aluetta, jotka auttavat ymmärtämään miksi kansainvälisyyden ja kansainvälisen osaamisen käsitteitä täytyy miettiä uudella tavalla. Suomalaisen työelämän voimakkaassa kansainvälistymisessä kuluneen 40 vuoden aikana ovat keskeisiä seuraavat muutokset:

1) Koulutustaso nousi
2) Internet tuli työpaikoille
3) Raja koti- ja globaalien markkinoiden välillä hämärtyi
4) Työperäinen maahanmuutto aukesi

TYÖELÄMÄN MUUTOS 1: KOULUTUSTASO NOUSI

Siivoojat vaihtuivat ammatillisen tutkinnon suorittaneisiin puhdistusalan ammattilaisiin. Filosofian ylioppilaat vaihtuivat maistereihin ja tohtoreihin. Teknikoiden tilalle tulivat insinöörit, merkonomien tilalle tradenomit. Riippumatta ammatista jokainen ymmärtää ja saa itsensä ymmärretyksi englanniksi.

”Suorittava työ häviää: 450 000 peruskoulupohjalta haettavaa työpaikkaa on hävinnyt Suomesta vuosien 1990-2012 välillä.”

T

Suomessa on arvostettu koulutusta kauan, jo silloin kun valtaosa väestöstä oli köyhää ja vähän kouluja käynyttä. Viimeisten sukupolvien aikana koulutustaso on edelleen noussut uusiin sfääreihin. Tämä näkyy työelämässä: hommassa kuin hommassa on enemmän ja kauemmin kouluja käynyt ihminen kuin sukupolvi sitten.

Monet asiat oppii edelleen parhaiten tekemällä. Koulunpenkkiä kuluttamalla on ehtinyt saada asioille laajemman viitekehyksen: Millä sanalla tätä asiaa kutsutaan muilla kielillä? Missä muissa paikoissa tätä laitetta käytetään? Mikä ero on kirjanpitokäytännöissä eri maissa? Kun rutiini katkeaa ja juttu pitää tehdä toisin, on hyvä jos ymmärtää asioiden “vaihteluvälia”. Sitä on voinut saada vaikkapa pänttäämällä vieraskielistä kurssikirjaa tai olemalla opiskelijavaihdossa.

Peruskoulu-uudistusta 1970-luvun alussa perusteltiin muun muassa sillä, että myös ei-yliopistokoulutettujen ihmisten täytyy osata kieliä. Kielten osaaminen alkoi liittyä moniin kansalais- ja työntekijätaitoihin. Ihmisten täytyi esimerkiksi osata lukea koneiden manuaaleja ja ratkaista niihin liittyviä ongelmatilanteita arkipäivässään. Peruskoulu tuli ja kieliä alettiin opettaa kaikelle kansalle.

”Kielitaidon merkitys korostuu, englanti on jo perusvaatimus lähes paikassa kuin paikassa.”

T

Myös koulutuksen sisältö on muuttunut sitten peruskoulu-uudistuksen. Kansainvälisyys ja globaali näkökulma on mukana eri oppiaineiden kursseissa aivan toisella tavalla kuin muutama vuosikymmen sitten. Kansainvälisyys on nyt kouluaan käyville jotain aivan muuta kuin kielitaito.

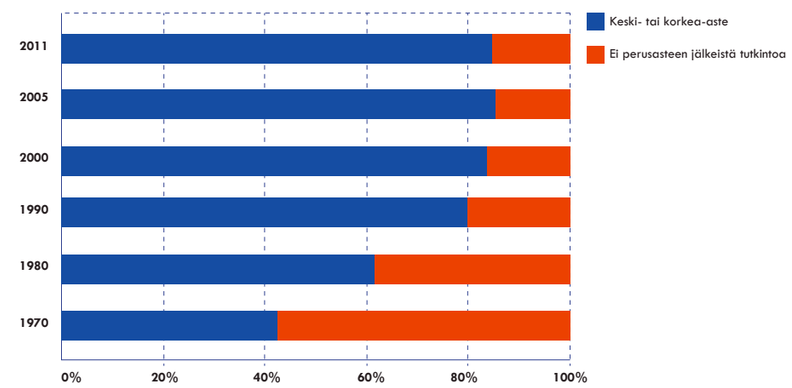
Suomalaisten koulutustasossa tapahtui valtava hyppäys 1960- ja 1990-luvun välisenä aikana. Ammatti- ja korkeakoulutuksesta tuli vallitseva normi. KUVIO 1:1

TYÖELÄMÄN MUUTOS 2: INTERNET TULI TYÖPAIKALLE

Kymmeniä tai satoja lukemattomia sähköpostiviestejä. Jatkuvalla syötöllä valtavat määrät uusia tilastoja ja raportteja. Uusia työkaluja informaation haravointiin ja analysointiin. Reaaliaikaista yhteydenpitoa kollegoihin ja asiakkaisiin muilla mantereilla. Lähes rajaton tarjouma kaikesta mitä ikinä saatoitkin tarvita, vain parin klikkauksen päässä.

Internet ja laajemmin tietoyhteiskuntakehitys[4] on muuttanut ja muuttaa työelämää enemmän kuin mikään muu asia parin viimeisen sukupolven aikana. Sen vaikutus on toki ollut erilaista ja eri suuruista erilaisilla työpaikoilla, mutta tuskin missään sen tulo on jäänyt huomaamatta.

Ennen suurin osa työstä oli rajoittunut yhteen selvästi rajattuun ympäristöön: työpaikkaan, sen ihmisiin ja sisäisiin informaatiovirtoihin. Oman organisaation ulkopuo-



4 Manuel Castells on kuvannut tätä kehitystä kirjassaan The Rise of the Network Society, joka ilmestyi vuonna 1996.

Kuvio 1:1: Perusasteen jälkeisen tutkinnon suorittaneiden osuus 20–34-vuotiaista 1970–2011 (Tilastokeskus).

lelta tulevat viestit olivat useimmiten lähtöisin ennestään tutuista lähteistä (asiakkailta, tavarantoimittajilta, yhteistyökumppaneilta jne). Heistä suuri enemmistö sijaitsi Suomessa, ellei sattunut olemaan töissä kansainvälistä kauppaa harjoittavan firman myyntikonttorissa tai ulkoministeriössä.

Internet on poistanut rajat ja kahleet informaation liikkumiselta. Samalla monesta työstä on tullut aiempaa vaikeammin ennakoitavaa ja vähemmän rutiinilla hoituvaa. Tämä on muuttanut myös sitä, millaisella osaamisella on arvoa työelämässä. Kyse ei ole vain taidosta asioida ymmärrettävästi ja sujuvasti muista kulttuureista tulevien ihmisten kanssa. Vielä paljon tärkeämpiä ja enemmän merkitystään nostaneita taitoja ovat ne, jotka liittyvät toimimiseen uudessa tilanteessa, kykyyn lukea konteksteja ja sietää epävarmuutta omassa päätöksenteossa.

Yleisin ja yhtäläisin seuraus internetin tulosta kaikkialla on ollut kaiken tekemisen tempon nousu. Sähköisen tiedonvälityksen ansiosta juuri minkään asian tekemistä ei tarvitse enää odottaa: viesti on hetkessä lähetetty ja perillä ja tarvittava informaatio käsillä välittömästi. Informaatioähkystä ja tietotyön kuormittavuudesta tämän kaiken kääntöpuolena on keskusteltu jo yli vuosikymmenen ajan.

KUVIO 1:2

TYÖELÄMÄN MUUTOS 3: RAJA KOTI- JA GLOBAALIEN MARKKINOIDEN VÄLILLÄ HÄMÄRTYI

Angry Birds -tuotteita kiinalaisella torilla. Ohjelmoijan työkaverit koodaavat Intiassa ja Unkarissa. Paperikoneinsinööri, joka lentää tämän tästä korjaamaan paperikoneita Indonesiaan, Ukrainaan tai Brasiliaan. Puhelinpalaverit iltamyöhällä Kalifornian-toimistoon.

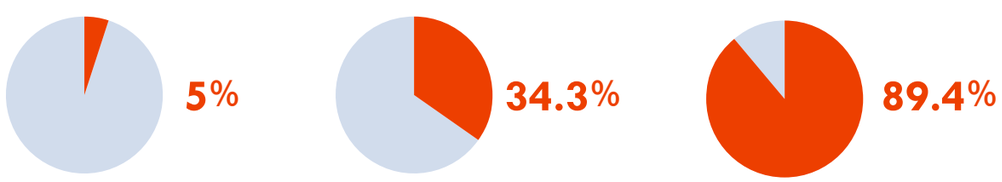
Suomalaisten yritysten kansainvälisyys tarkoitti useimmiten sitä, että tuotteita myytiin ulkomaille. Sitä tekivät lähinnä isot teollisuusfirmat, jotka myivät Suomessa valmistettuja tuotteitaan pääasiassa toisille teollisuusyrityksille. Vain harvalla suomalaisyrityksellä oli ennen 1990-lukua muuta kuin myyntitoimintaa Suomen ulkopuolella. Poikkeuksen muodosti Kone Oy, joka oli yritysostojen kautta kasvanut kansainväliseksi, usean eri maan hissibisnestä hallitsevaksi yritykseksi.

Suomen 1990-luvun alun laman jälkeen tapahtui jotain uutta ja kummallista. Vientiä hallitsivat yhä totutut suuret puu-, paperi- ja elektroniikkafirmat. Samalla alettiin puhua hiukan oudoista, uusista ja melko pienistä yrityksistä, jotka huseerasivat kansainvälisillä areenoilla. Oli F-Securen kaltaisia IT-firmoja, joiden tuotteet olivat sarjassaan maailman parhaita ja joita käytettiin missä päin maailmaa tahansa. Nämä firmat palkkasivat alan parhaita ammattilaisia kaikilta mantereilta ja avasivat konttoreita Yhdysvaltoihin, Britanniaan, Kiinaan ja pian myös Intiaan. Oli parin ihmisen vaatefirmoja, jotka valmistuttivat paitoja, housuja ja hameita Virossa tai Sri Lankassa ja kauppasivat niitä sitten eurooppalaisissa ja pohjoisamerikkalaisten suurkaupunkien muotiputiikeissa. Sitten oli tietenkin Nokia, Suomen kaikkien aikojen suurin menestystarina ja yritys. Sen menestys perustui parhaimmillaan juuri globaalin tuotantoketjun ja globaalien markkinoiden ymmärtämiseen. Monet Nokian globaalissa organisaatiossa työskennelleet saivat kokea työn ja osaamisen kansainvälisyyden tavalla, joka ei ollut ollut mahdollista missään sitä ennen samalla tavalla.

Kyse ei enää ollut tavaroiden myymisestä maiden A ja B välillä. Kyse ei ollut enää kansainvälisestä kaupasta, yrityksistä tai osaamisesta. Kyse alkoi olla globaalista bisneksestä, globaaleista yrityksistä ja ammattilaisista, jotka osaavat etsiä ja tarjota ratkaisuja minne, mistä ja missä vain. Osaaminen ei liity enää yhteen maahan tai markkinaan. Monen pienemmänkin yrityksen täytyy pystyä löytämään ja perustelemaan paikkansa myös suhteessa kilpailuun Suomen ulkopuolella. Kysyntä monille tuotteille on globaali ja niiden taustalla vaikuttava tuotantojärjestelmä samoin. Tämä tarkoitti merkittävää kasvua sellaisille ammattiryhmille kuten liiketoimintakonsulteille (Canbäck 1998).
Näin yhä useamman suomalaisen työstä tuli kansainvälistä. KUVIO 1:3

Tämän raportin kirjoittamisen aikaan keskusteltiin jälleen Suomen elinkeinoelämän tuotantorakenteiden uudistamistarpeesta. Teollisuuden työpaikkoja siirtyy halvemman työvoiman maihin. Tästä esimerkkinä Nokian Renkaat, joka 2012 teki huipputuloksen samaan aikaan kun se sulki Suomessa sijaitsevan tehtaansa. Teknologiateollisuuden jäsenyritysten tuotanto sijaitsi vielä 2000-luvun alussa valtaosin Suomessa, samoin valtaosa henkilöstöstä. Viisi vuotta sitten näiden yritysten ulkomailla työskentelevien työntekijöiden määrä ylitti Suomessa työskentelevien määrän. Tämä kuvaa hyvin sitä, miten suomalaisyrityksistä on tullut globaaleja yrityksiä, joissa yrityksen kotimaalla on vain rajallinen merkitys.

INTERNETIN KÄYTTÄJIÄ MAAILMASSA:



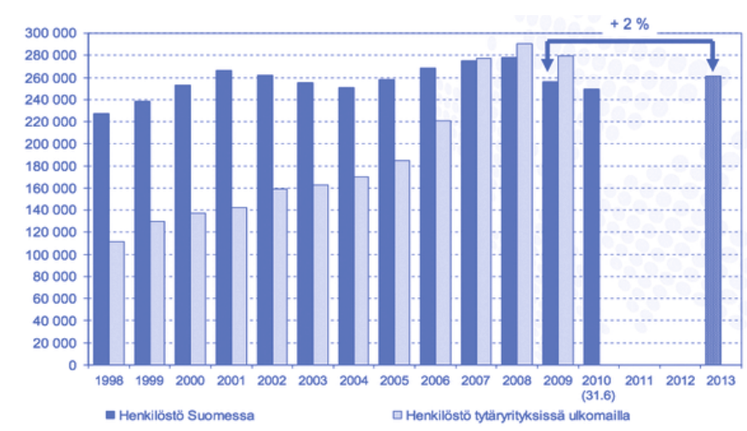
KOKO MAAILMA 2000
360 985 492 käyttäjää

KOKO MAAILMA 2012
2 405 518 376 käyttäjää

SUOMI 2012
4 703 480 käyttäjää

Kuvio 1:2 Suomalaiset internetin käyttäjinä. Internetin käytöstä tuli käytännössä jokaisen suomalaisen arkipäivää 2000-luvun vaihteen ympärillä.

TEKNOLOGIATEOLLISUUDEN HENKILÖSTÖ SUOMESSA JA ULKOMAILLA



Kuvio 1:3 Teknologiateollisuuden henkilöstö Suomessa ja ulkomailla vuosina 1998-2010 ja ennuste vuodelle 2013 (Teknologiateollisuus 2010).

”Suomessa kaivataan ‘rajojen avaamista’, vaikutteiden hyväksymistä omaan kulttuuriin. Suomen täytyy olla avoin ja ottaa ulkomaalaiset täysipainoisina mukaan yhteiskuntaan.”

T

KAIKKI TYÖLLISET YHTEENSÄ: 2 289 975

- SIIVOOJAT 14,6%
- MYYJÄT JA TUOTE-ESITTELIJÄT 3,2%
- TARJOILUTYÖNTEKIJÄT 10,7%
- MOOTTORIAJONEUVOJEN KULJETTAJAT 4,2%
- RAKENNUSTYÖNTEKIJÄT YM 4,7%
- RAVINTOLA- JA SUURTALOUSESIMIEHET 11,5%
- TIETOTEKNIIKAN ERITYISASIANTUNTIJAT 4,4%
- RAHDINKÄSITTELIJÄT, VARASTOTYÖNTEKIJÄT YM 5,0%
- KOKIT, KEITTÄJÄT JA KYLMÄKÖT 8,1%
- PERUSHOITAJAT JA LÄHIHOITAJAT 3,0%

Kuvio 1.4: Vieraskielisten suurimmat ammattiryhmät Suomessa (Tilastokeskus 2009).

TYÖELÄMÄN MUUTOS 4: TYÖPERÄINEN MAAHANMUUTTO AUKESI

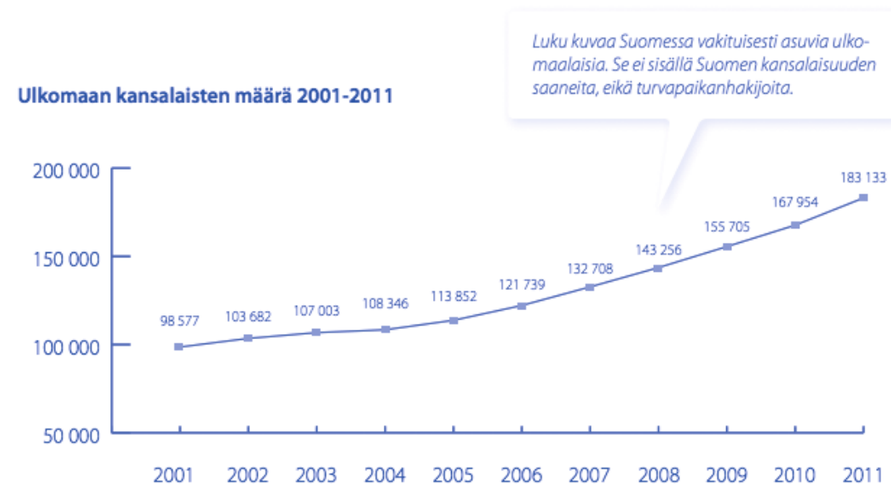
Vielä vuonna 2000 monet olivat sitä mieltä, että Suomen rajat tulevat pysymään aina korkeina ulkomaalaisille. Ettei merkittävää maahanmuuttoa tule, vaikka kaikissa muissa Euroopan maissa on isot maahanmuuttajapopulaatiot. Nyt tilanne on toinen. On lääkäreitä, sairaanhoitaja ja rakennusmiehiä Virosta, koodaajia Intiasta, maataloustyöntekijöitä Puolasta, ydinvoimalan rakentajia Kroatiasta. Muutos oli nopea. Se lähti käyntiin noin vuonna 2003. Silloin ymmärrettiin, että Suomi tarvitsee työperäistä maahanmuuttoa siinä missä muutkin maat. Suomi on kylmä, kallis ja kaukana, joten ulkomaalaisia ei niin vain saada, heitä on myös houkuteltava. Portsarikulttuurista siirryttiin sisäänheittäjäkulttuuriin. Vuonna 2008 alkanut taantuma käänsi valtiovallan prioriteetit päälaelleen, eikä ulkomaalaisten työntekijöiden houkuttelutoimia enää jatkettu (Työministeriö 2009). Mutta se ei estänyt Suomen maahanmuuttajaväestön kaksinkertaistumista kymmenen vuoden aikana.

”Työpaikkoja etsitään globaalisti: työelämän (organisaatioiden) houkuttavuutta pitää parantaa. Yritysten pitää ymmärtää, että työvoima katoaa muille maille.”

T

Lähtökohdat ymmärrettiin uudella tavalla: yksikään maa, ei edes hyvin väestönsä kouluttanut ja lahjakkuuspotentiaalinsa hyödyntänyt Suomi, saa riittävästi erikoisosaamista työelämän tarpeisiin pelkästään omasta väestöstään. On erikoisaloja, joihin on mahdotonta kouluttaa riittävän kovia huippuosaajia vain yhdessä maassa. On kausiluonteisia hankkeita, joihin ei ole jatkuvaa työvoimatarvetta. On muutoksia kotimaisen työvoiman tarjonnassa, kuten ikääntyvä väestö ja tiettyjen toimialojen osaamistarpeen vähentyminen tuotannon siirtyessä muualla tai automatisoituessa.

Ennen ajateltiin, että työpaikoilla vallitsevat normaalisti suomalaisen kulttuurin mukaiset käytännöt ja keskustelusäännöt, joita kaikki osaavat noudattaa kotikasvatuksen, peruskoulun ja muun suomalaisen arjen koulimina. Nyt ei voida ajatella enää näin. Jotta ulkomaisen työvoiman panos saadaan käyttöön, on ymmärrettävä heidän tapaansa tehdä töitä ja ajatella.



Kuvio 1:5 Ulkomaan kansalaisten määrä Suomessa vuosina 2001–2011 (Tilastokeskus).

Kuva 1:2 Kansainvälinen osaaminen muutoksessa.

PERINTEINEN KANSAINVÄLINEN OSAAMINEN	LAAJENNETTU KANSAINVÄLINEN OSAAMINEN
• kielitaito • laajat verkostot omalla toimialalla • ymmärrys kansainvälisestä toiminnasta (esim. kauppa) • pystyy työskentelemään monenlaisten ihmisten kanssa • on asunut tai opiskellut ulkomailla	• kykyä ajatella omaa kokemuspiiriään laajemmin • laajat verkostot poikki toimialojen • oppii ja kasvattaa taitojaan myös vapaa-ajalla • toimii monenlaisissa yhteisöissä riippumatta sijainnista tai kielestä • seuraa globaalia mediaa

Taulukko 1:1 Perinteinen ja laajennettu kansainvälinen osaaminen työpajojen ja kyselytutkimuksen analyysin perusteella.

1.2 Piilotettu kansainvälinen osaaminen

Kaikki edellä kuvatut ovat asioita, jotka on koettu pääosin viimeisten 40 vuoden aikana. Osa ihmisistä ei kuitenkaan ole pysynyt kelkassa, vaan on syntynyt vastareaktioita, kuten paikallisuus ja kansallisen kulttuurin korostaminen, modernisaation kritiikki[5]. Suomalaiset työnantajat ja opiskelijat eivät kuitenkaan koe kansainvälisyyttä kielteisenä. Tästä kerromme tarkemmin seuraavassa luvussa. Heillekin kansainvälisyys on erilaista kuin 1990-luvun alussa, jolloin kansainvälistymistä alettiin systemaattisemmin edistää.

CIMOn perustaminen 1990-luvun alussa tapahtui oikeaan aikaan. Muuttuva Suomi tarvitsi kansainvälistymisen mahdollistajaa. Uuden, avoimen ajan henki ja arvot tunnistettiin, mutta se oli enemmän visio kuin totta. Sen jälkeen työelämässä ja organisaatioissa on kuitenkin tapahtunut laadullinen muutos.

Kun CIMO vuonna 2005 tutki, miten työelämä suhtautuu kansainväliseen osaamiseen, havaittiin, että harva yritys pitää kansainvälistä osaamista erityisen tärkeänä. Se nähtiin pääosin kielitaitona ja kulttuuriymmärryksenä. Nämä ovat tavallaan erikoistaitoja, joita joissain työtehtävissä tarvitaan huomattavasti enemmän kuin muissa. Siksi tällaisessa merkityksessä kansainvälisyys itsessään ei näyttäytynyt työelämään liittyvistä osaamisen muodoista arvostetuimpien joukossa.

Kielitaidon ja kulttuuriymmärryksen lisäksi kansainvälinen osaaminen on usein myös ala- tai ammattispesifiä, esimerkiksi erilaisten sertifikaattien tai materiaaliteknologioiden tuntemista tai vaikkapa johtajien koulutusohjelmia. Nämä ovat luonnollisesti merkittävä osa kansainvälistä osaamista, mutta niiden mittaaminen on vaikeaa juuri niiden spesifisyyden vuoksi. Nyt keskityimme erityisesti yleisiin ominaisuuksiin ja osaamisiin, joita kansainvälisyyteen liitetään.

Aiempaan verrattuna kansainvälisyyteen on nyt enemmän konkreettisia kiinnittymiskohtia ja se on laajentunut joksikin, joka on yhä enemmän ihmisten arjessa. Laajentunutta kansainvälistä osaamista ei ole aiemmin määritelty, samalla perinteinen kansainvälisyys on tehnyt itsensä tavallaan tarpeettomaksi. Ei siksi, ettei sitä ole, vaan koska sitä on niin paljon. Siksi kansainvälinen osaaminen ei ehkä ilmiönä enää inspiroi yrityksiä ja työntekijöitä. On vaikea nähdä erityistä arvoa jollain, mikä on mukana kaikessa omassa toiminnassa.

Nyt tarvitaan ymmärrystä uudesta kansainvälisyydestä ja kansainvälisestä osaamisesta. Kansainvälisyys ei ole enää vain sitä, mitä oppii vaihto-oppilasvuonna, huippuyliopiston kansainvälisen johtamisen ohjelmassa tai töissä ulkomailla. Kansainvälisyys on paljon enemmän kuin liikkuvuutta, kielitaitoa ja kulttuuriymmärrystä tai kansainvälisiä verkostoja.

”Lähes mikä tahansa kiinnostuksen kohde tai harrastus on nykyään kansainvälinen. Harrastukset on hyvä keino lisätä kansainvälistä tai globaalia kokemusta. Sama mielenkiinnon kohde luo valmiiksi jo yhteisen kulttuurin, lähestyminen on luontevaa ja helpompaa.”

Kansainvälinen osaaminen on saanut monia sellaisia muotoja, joita ei osata nimetä ja tunnistaa työelämässä. Siitä huolimatta, että näistä taidoista olisi paljon ammennettavaa julkisissa organisaatioissa ja yrityksissä.

Todellinen kansainvälinen osaaminen voi syntyä ihan uusia reittejä. Syksyn 2012 aikana tutkimme ja kartoitimme haastatteluin ja työpajoin millaisia asioita kansainvälisyyteen liittyy. Haastattelimme monia kansainvälisyyden sidosryhmiä. Lopputuloksena analysoimme, mitä kaikkea kansainvälisyys on vuonna 2013.

Siinä missä 1990-luvun kansainvälisyys oli helppoa määrittää rakenteiden (koulutuksen, työpaikkojen, kauppasuhteiden, valtioiden suhteiden) kautta, vuonna 2013 tilanne on toinen. Kansainvälisyys yhteiskunnallisten rakenteiden ulkopuolella on ennen kaikkea toimintaa ja tekemistä. Se on yhteisiä verkkopalveluita, jalkapallon katsomista, vertaisten kanssa keskustelemista eri aiheista ja vapaa-ajan viihdettä. Olemme ison osan päivästä jollain ta-

4 Muodostettu työpajamateriaalien ja haastatteluiden sekä aiemman tutkimuksen perusteella.

5 Fieschi et al on tulkinnut perussuomalaisten kannatuksen nousua nimenomaan vastareaktiona suomalaisen yhteiskunnan poikkeuksellisen nopeaan modernisoitumiskehitykseen. Kirjoittajat arvioivat, että osa suomalaisista ei ole löytänyt omaa paikkaansa tässä kehityksessä ja kokee oman identieettinsä tulleen kyseenalaistetuksi. Siksi on ollut tilausta liikkeelle, joka kyseenalaistaa vallitsevan kansainvälistymis- ja modernisoitumiskehityksen. (Fieschi, C., Morris, M., Caballero, L. (2012) Recapturing the Reluctant Radical. How to win back Europe’s populist vote.)

valla kansainvälisiä – emme vain huomaa olevamme, koska kansainvälisyys on aiemmin ajateltu rakenteiden kautta.

Kansainvälinen osaaminen onkin yhteydessä moniin arjessa nähtäviin ilmiöihin. Yksi näistä ilmiöistä on toiminnan ja arjen muuttuminen vertaisten kanssa tekemiseksi – ei vain paikallisessa urheiluseurassa, vaan globaalisti. Maailma vuonna 2013 näyttäytyy aiempaa enemmän vertaisten, eli kaltaisteni ihmisten, yhteisöjen ja verkostojen kautta. Kickstarterin kaltaiset joukkorahoituspalvelut mahdollistavat startupien ja projektien rahoittamisen ympäri maailmaa. Osa yrityksistä yrittää tunnistaa vertaisryhmiä, koska ne ovat keino löytää uusia markkinoita ja kehittää uudenlaisia tuotteita. Maailman parasta kissablogia luetaan ympäri maailmaa. Iso osa ihmiskunnasta on yhä tämän kehityksen ulkopuolella, mutta toisaalta kehitys on nopeampaa kuin koskaan. Halvat mobiilinettiliittymät ovat mahdollistaneet isojen joukkojen siirtymisen tämän uuden vertaisten maailman piiriin.

Tämä vertaisten maailma on kansainvälinen. Monet meistä kuuluvat kansainväliseen vertaisten maailmaan jollain tavalla. Laajennettu kansainvälisyys onkin toimintaa, joka ulottuu pääosin rakenteiden ulkopuolelle. David Halpern kirjoitti vuonna 2009 julkaistussa kirjassaan The Hidden Wealth of Nations siitä inhimillisen osaamisen potentiaalista, joka monissa yhteiskunnissa on. Tämä arvo ei ole materiaalista. MIT:n professori Clay Shirky puolestaan on tutkinut tietoyhteiskuntakehityksen synnyttämää arvoa kirjassaan The Cognitive Surplus (2010). Tietoyhteiskunta mahdollistaa ihmisten kaikenlaisen osaamisen – joka ei kulukaan kaikki työelämässä – hyödyntämisen helpommin kuin aikaisemmin. Väitämme, että kansainvälisyydessä on paljon tällaista piilotettua potentiaalia, jolla voimme tuottaa valtavasti uutta arvoa [kuva 1:3].

Kansainvälinen osaaminen pitää valjastaa käyttöön, jos haluamme elää 2000-luvulla toimivassa ja hyvinvoivassa yhteiskunnassa ja maailmassa. Ensimmäinen askel on, että niin opiskelijat, työntekijät kuin työnantajat ymmärtävät, että tämän arvon tunnistaminen ja hyödyntäminen liittyy vahvasti kansainvälisyyden uuden luonteen ymmärtämiseen. Että kansainvälisyys koskee kaikkia toimialoja. Että on myös perinteisten yhteiskunnallisten rakenteiden, kuten koulujärjestelmän ulkopuolella tapahtuvaa, hyvinkin monimuotoista toimintaa. Seuraavassa luvussa katsomme miltä tämä näyttää konkreettisesti tämän päivän työelämässä.

KÄTKETTY KANSAINVÄLISYYS

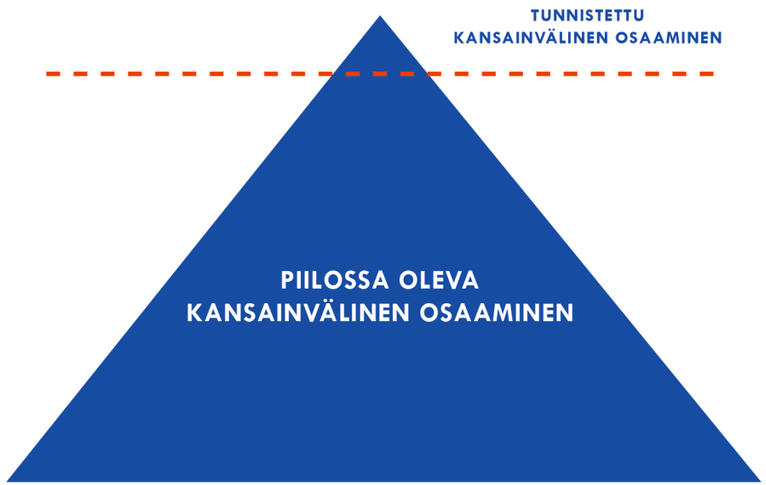
Selvitimme kansainvälisen osaamisen merkityksiä kyselytutkimuksessa, joka käydään tarkemmin läpi luvussa kaksi. Havaitsimme kyselytutkimuksessa, että sekä opiskelijat että työnantajat arvioivat ihmisten yleisesti suhtautuvan kansainvälisyyteen vähemmän myönteisesti kuin he itse suhtautuvat. [Taulukko 1:2] Reilusti yli puolet arvioi muiden suhtautuvan kansainvälisyyteen vähemmän myönteisesti. Ihmisten kyky arvioida toisten ihmisten suhtautumista ei siis vastaa todellisuutta.

Taulukko on muodostettu vertaamalla vastaajien vastauksia kysymyksissä: ”Kansainvälisyys on hyvä asia” ja ”Yleisesti ihmiset suhtautuvat kansainvälisyyteen myönteisesti”.

Kansainvälisessä osaamisessa on Halpernin ja Shirkyn kuvaamaa piilotettua arvoa. Se, että suomalaiset uskovat suhtautuvansa kansainvälisyyteen muita suomalaisia myönteisemmin, kertoo juuri tästä piilossa olevasta arvosta. Ihmiset eivät selvästikään jaa keskenään monia positiivisina pitämiään, kansainvälisyyteen liittyviä asioita. Jos luulet, että kaverisi tai työnantaja ei arvosta kansainvälisiä taitojasi, et luultavasti hyödynnä niitä.

	OPISKELIJAT	TYÖNANTAJAT
Muut suhtautuvat KV:hen negatiivisemmin	60,7%	62,9%
Muut suhtautuvat KV:hen kuin itse	31,8%	33,6%
Muut suhtautuvat KV:hen positiivisemmin	7,5%	3,5%

Taulukko 1:2 Vastaajien arvio muiden suhtautumisesta kansainvälisyyteen.



Kuva 1:3 Tunnistettu kansainvälisyys.

II.

Mitä kansainvälisyys työelämässä on nyt? Kyselytutkimuksen tulokset

MISTÄ LUKU KERTOO?

Tässä luvussa selviää, millaisia merkityksiä opiskelijat ja työnantajat antavat kansainväliselle osaamiselle rekrytointitilanteissa, ketkä kokevat itsensä kansainvälisiksi, ja millaista ylipäänsä on ”kansainvälisyys” ja “kansainvälinen osaaminen” kyselyaineiston valossa.

Kansainvälisen osaamisen määrittäminen perinteisessä viitekehyksessä näkyy myös yritysten rekrytoinnissa: kansainvälistä osaamista ei siinä yhteydessä arvosteta kovinkaan laajasti, vaikka työnantajat saattavatkin toivoa rekrytoitavilta niitä ominaisuuksia, joita kansainvälisillä osaajilla on. Kansainvälinen osaaminen on edelleen liikkuvuutta ja kielitaitoakin, mutta myös esimerkiksi arkista toimintaa kuten luontevaa kanssakäymistä eri vertaisryhmien kanssa, usein verkon kautta. Tähän arkiseen toimintaan liittyy yhteisenä nimittäjänä uteliaisuus. Kansainväliset osaajat ovat kiinnostuneita maailman isoista muutoksista, jotka vaikuttavat yritysten toimintaan. Tätä kiinnostusta ei ole koskaan pystytty kääntämään arvoksi, vaikka yhteiskunta on sitä pullollaan. Siksi yritysten on syytä tietää, mistä uuden kansainvälistyneen ryhmän tunnistaa. Tunnistaminen ei ole helppoa, mutta ryhmä on kuvattu tässä luvussa, ja se on laajempi kuin olemme kuvitelleet.

KESKEINEN AINEISTO:

• Kysely opiskelijoille ja työnantajille toteutettiin loka-marraskuussa 2012. Työnantaja-aineisto koostuu 283 vastaajasta ja opiskelija-aineisto 1770 vastaajasta. Työnantaja-aineistoon etsittiin vastaajia ottamalla rekisteriotannan pohjalta yhteyttä valittuun satunnaisotantaan suomalaisia työnantajia. Myös opiskelija-aineiston kerääminen toteutettiin verkkokyselyn avulla. Kyselyä levitettiin CIMOn oppilaitoskontaktien kautta oppilaitoksille, jotka välittivät kyselyä saateviestin kanssa sähköpostilistoille. Vastaajat olivat ammatillisen toisen asteen opiskelijoita mukaan lukien oppisopimusopiskelijat sekä korkea-asteen opiskelijoita (AMK+YO).

• Kyselyn toteutus ja keskeiset tulokset löytyvät tästä luvusta sekä liitteistä.

MITEN KYSELYTUTKIMUS TEHTIIN?

KEILTÄ KYSYTTIIN, KUKA VASTASI?

Vuoden 2005 tutkimuksen ja muun tutkimuksen perusteella lähdimme selvittämään, millaisin eri tavoin työnantajat ja opiskelijat suhtautuvat kansainvälisyyteen ja mitä kansainvälinen osaaminen heille merkitsee. Halusimme ymmärtää, miten kansainvälinen osaaminen koetaan, mitä konkreettisia merkityksiä siihen liitetään ja miten työnantajien ja opiskelijoiden käsitykset kansainvälisyydestä kohtaavat.

Työpaja-aineistojen ja haastatteluiden perusteella olimme ymmärtäneet, ettei kansainvälisyyttä tai kansainvälisen osaamisen merkitystä välttämättä saada selville pelkästään kysymällä sitä suoraan. Siksi selvitimme paljon erilaisia taustamuuttujia kyselyn yhteydessä. Analyysi taustamuuttujista löytyy liitteestä 1.

Kun tutkitaan työelämää ja osaamisen merkitystä työelämässä, täytyy myös ymmärtää, millaisia muutoksia työelämään kohdistuu. Siksi selvitimme kyselyssä myös miten suomalaisessa työelämässä ja opiskelijoiden parissa suhtaudutaan aikamme suuriin globaaleihin kysymyksiin.

Käytännössä tutkimuksen aineistojen kerääminen toteutettiin verkkokyselyjen avulla 27.10. 2012 — 27.11. 2012 välisenä aikana. Tutkimuksessa on eritelty työnantaja- ja opiskelija-aineistot eli käytämme kahta erillistä aineistoa.

Työnantaja-ainesto koostuu 283 vastaajasta. Puuttuvia arvoja on enimmillään 22 kpl (7,8 %), keskimäärin puuttuvia arvoja on 4.13 kpl per kysymys eli puuttuvien arvojen prosentuaalinen osuus on noin 1,5 %. Tätä voidaan pitää erittäin alhaisena puuttuvien arvojen määränä, eikä analyysejä varten ole tarvinnut korvata puuttuvia arvoja millään. Tältä osin otoksen laatua voidaan pitää erinomaisena. Tarkastelemme otoksen laatua tarkemmin taustamuuttujien avulla.

Opiskelija-aineistossa on 1770 vastaajaa. Aineisto koostuu kahdesta erillisestä vastausjoukoista A ja B. Joukkojen kyselylomakkeet ovat osin erilaiset. Pääosa kysymyksistä on samoja. Yhteisten osioiden osalta puuttuvia arvoja on enimmillään 46 kpl (2,6 %), keskimäärin puuttuvia arvoja oli 12.2 kpl (0,6 %). Opiskelija-aineisto koostuu eri koulutusaloista. Tarkempi jakauma löytyy kuviosta 2.1.3. Vastanneissa opiskelijoissa yli 40-vuotiaiden suurta osuutta selittää se, että kysely lähetettiin myös oppisopimusopiskelijoille.

A-lomakkeeseen vastanneita on yhteensä 1037 kpl. Puuttuvissa arvoissa on kaksi muuttujaa, joissa on muita enemmän puuttuvia arvoja. (”Kuinka suuri osuus Facebook-kavereistasi asuu ulkomailla?”, 149 kpl eli 14,4 % sekä ”Kuinka suuri osuus tuntemistasi ihmisistä asuu ulkomailla?”, 264 kpl, 25,5 %.) Muuten puuttuvia arvoja on enimmillään 39 kpl (3,76 %), keskimäärin puuttuvia arvoja 22,3 kpl (2,2 %). B-lomakkeeseen vastanneita on yhteensä 727 kpl. Puuttuvia arvoja on enimmillään 6,4 kpl (1,5 %), keskimäärin puuttuvia arvoja on 6,4 kpl (0,9 %)

Kokonaisuudessaan puuttuvia arvoja on sekä työnantaja-aineistossa että opiskelija-aineistossa erittäin vähän, mikäli ei huomioida kahta erillistä kysymystä. Aineiston laatu onkin näiltä osin erinomainen. Seuraavaksi tarkastelemme aineistojen laatua taustamuuttujien osalta.

AINEISTOJEN LAATU TIIVISTÄEN:

Työnantaja-aineisto: Kokonaisuutena arvioden otos on pienehköstä koostaan huolimatta varsin laadukas. Puuttuvia arvoja ei käytännössä ole, ja se vastaa jakaumiltaa kohtuullisen hyvin oletettua perusjoukkoa. Sen avulla on mahdollista arvioda suomalaisessa työelämässä rekrytointipositioissa olevien ihmisten suhtaumista esitettyihin kysymyksiin. Monimutkaisempien ja/tai ryhmittelyä vaativien laskennallisten mallien soveltaminen aineiston tulkintaan ei kuitenkaan ole suositeltavaa.

Opiskelija-aineisto: Kokonaisuutena arvioiden aineisto on varsin laadukas. Otos on riittävän suuri, joskin sen efektiivistä kokoa laskee sen kuolutusjakaumaan ja sukupuolijakaumaan liittyvä otantavääristymä. Onneksi aineiston suuren koon vuoksi nämä vääristymät on mahdollista korjata analyyseissä. Aineiston avulla on mahdollista arvioida suomalaisten opiskelijoiden suhtaumista esitettyihin kysymyksiin. Sen tulkintaan on myös mahdollista soveltaa aineiston ryhmittelyä ja kehittyneempiä tilastollisia menetelmiä.

Vuonna 2005 CIMO kysyi, mitä kansainvälinen osaaminen merkitsee työelämässä. Lopputulos yllätti: yritykset eivät rekrytoidessaan arvosta juurikaan kansainvälistä kokemusta. Miltä sitten kansainvälinen osaaminen näyttää vuonna 2012? Selvitimme kyselyssä yritysten ja työelämään kohta siirtyvien työntekijöiden eli opintojensa loppuvaiheessa olevien opiskelijoiden suhtautumista kansainväliseen osaamiseen. Kyselyyn vastasi 283 työnantajaa ja 1770 opiskelijaa. Tulokset osoittavat, ettei työnantajien suhtautuminen ole muuttunut: kansainvälinen osaaminen ei siis noussut rekrytoinnissa lähellekään tärkeimpiä kriteerejä. Tämä ei yllättänyt – kahdeksan vuotta voi olla verrattain pitkä aika teknologiselle kehitykselle, mutta kulttuurisille muutoksille valtavan lyhyt.

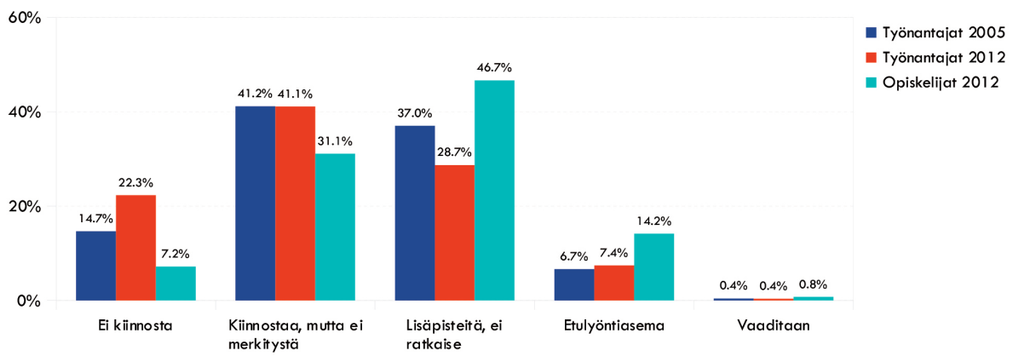
Kahdeksan vuoden aikana työelämä on kuitenkin muuttunut paljon. Vuonna 2013 kansainvälisyys on vielä enemmän “läsnä kaikkialla” kuin se oli vuonna 2005 – se ulottuu kaikkialle arkeemme. Siksi väitämme, että kansainvälisestä osaamisesta on hyötyä työelämässä. Mikäli yritykset eivät kykene tunnistamaan tätä osaamista rekrytoinnissa, täytyy rekrytoinnille luoda työkaluja tätä varten. KUVIO 1:3

Tutkimushankkeen asiantuntijatyöpajoissa kävi alkusyksystä ilmi, että kansainvälisen osaamisen perinteisiä merkityksiä täydentää laaja joukko ominaisuuksia ja toimintaa, mitä aiemmissa tutkimuksissa ei toistaiseksi onnistuttu rajaamaan. Näitä työpajoissa tunnistettujen muotojen relevanssia testattiin kyselyn yhteydessä.

Mikä kansainvälisessä osaamisessa kiinnostaa työnantajia ja millaisia merkityksiä siihen yhdistetään? Millaisesta toiminnasta kansainväliset osaajat voidaan nykyään tunnistaa? Näiden kysymysten pohjalta laajensimme vuoden 2005 kyselytutkimusta ja löysimme vastauksia.

Kuva 2:1 Perinteinen työmarkkinamalli.

Kuvio 2:1 Kansainvälisen osaamisen merkitys rekrytointitilanteessa.



2.1 Miten kansainvälistä osaamista arvostetaan?

Kansainvälinen osaaminen ei edelleenkään ole tärkeä rekrytointikriteeri. Tämä on erikoinen tulos – ottaen huomioon ensimmäisen luvun havainnot globalisaation vaikutuksesta suomalaiseen työelämään.

Kansainvälisen osaamisen arvostaminen ja sen huomioiminen rekrytoinnissa ovat kaksi erillistä asiaa. Tämän osoittaa vuoden 2012 kyselyaineisto. [Taustatietoja kyselyaineistosta LIITE 2.1]

Kansainvälisyys ei ollut työnantajien mielestä tärkeä rekrytointikriteeri vuonna 2005, eikä se ole sitä myöskään vuonna 2012. Aineistosta nousi esiin, että vain 36,5 prosenttia työnantajista antaa kansainväliselle osaamiselle merkitystä rekrytointiprosessissa [kuvio 2:1]. Tähän tulokseen ei juurikaan vaikuta sektori, jolla työnantaja toimii [kuvio 2:3]. Toisaalta tutkimustulokset osoittavat kansainvälisen osaamisen olevan jollain tapaa merkityksellistä työnantajille, sillä vain 22,3 % työnantajista ei ole kiinnostunut lainkaan kansainvälisestä osaamisesta.

Samalla reilusti yli puolet opiskelijoista (61,2 %) arvioi kansainvälisestä osaamisesta olevan hyötyä työelämässä heille itselleen [kuvio 2:2]. Opiskelijat myös arvioivat työnantajien arvostavan kansainvälistä osaamista jonkin verran enemmän kuin työnantajat todellisuudessa arvostavat. Toisin sanoen ainakin osalla opiskelijoista on virheellinen käsitys siitä, miten pärjätä rekrytointimarkkinoilla [kuvio 2:1].

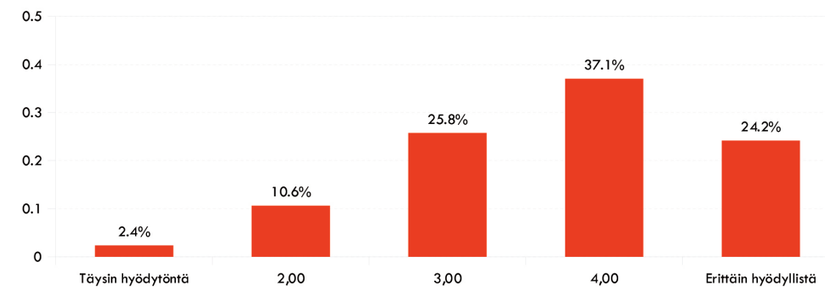
Koulutusasteella on selkeästi vaikutusta siihen, kuinka hyödylliseksi vastaaja arvelee kansainvälisen osaamisen omassa tulevassa työssä. Mitä korkeampi koulutusaste, sitä hyödyllisemmäksi opiskelija arvioi kansainvälisen osaamisen[kuvio 2:3].

Samalla vain alle viidennes ammatillisten oppilaitosten opiskelijoista pitää kansainvälistä osaamista hyödyttömänä tulevassa työssään.

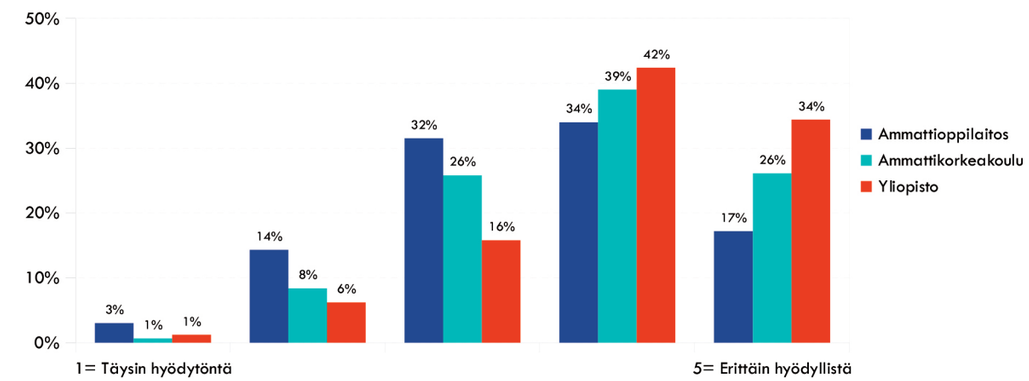
Työnantajan toimintasektorilla on jonkin verran merkitystä siinä, onko kansainvälinen osaaminen merkityksellistä rekrytoinnissa. Tämä selittyy todennäköisesti sillä, että kuntasektorilla on yksinkertaisesti vähemmän kansainvälistä toimintaa kuin vaikka järjestöissä [kuvio 2:4].

Ei liene yllättävää, että ne työnantajat, joilla itsellään on kansainvälistä toimintaa, pitävät kansainvälistä osaamista merkittävämpänä rekrytointikriteerinä verrattuna työnantajiin, joiden toiminta rajoittuu Suomeen. Ensin mainitussa

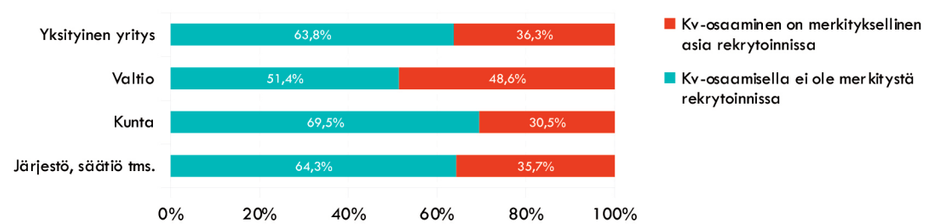
Kuvio 2:2 Opiskelijoiden arvio kansainvälisen osaamisen hyödyllisyydestä tulevassa työelämässä vuonna 2012.



Kuvio 2:3 Kansainvälisen osaamisen hyödyllisyys opiskelijoille koulutusasteittain.



Kuvio 2:4 Toimintasektorin vaikutus kansainvälisen osaamisen arvostamiseen rekrytointitilanteessa.



ryhmässä työnantajista puolelle kansainvälinen osaaminen on merkittävä kriteeri rekrytoinnissa [kuvio 2:5].

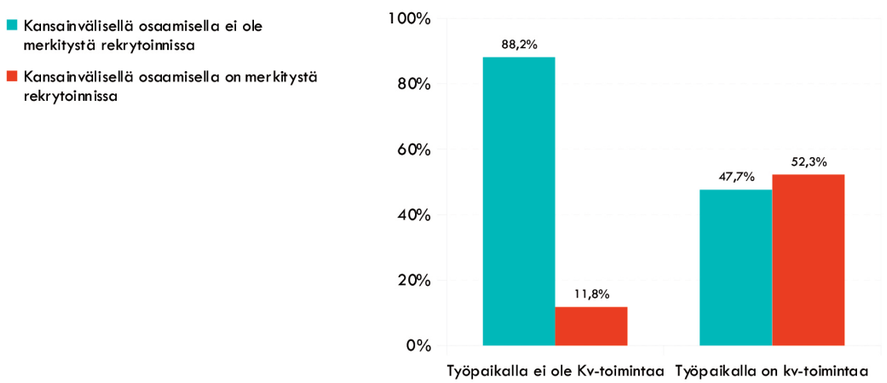
Eniten merkitystä kansainvälisellä osaamisella rekrytoinnissa on niillä työnantajilla, joilla on yhteistyötä ulkomailla tai kansainvälisiä hankkeita. Yli puolet näistä työnantajista pitää kansainvälistä osaamista merkityksellisenä rekrytoinnissa. Työnantajista, joilla on vientiä tai tuontia ulkomaille, hieman yli kolmasosa pitää kansainvälistä osaamista merkityksellisenä rekrytoinnissa. [kuvio 2:6]

2.2 Mitkä ovat työelämälle tärkeitä rekrytointikriteerejä?

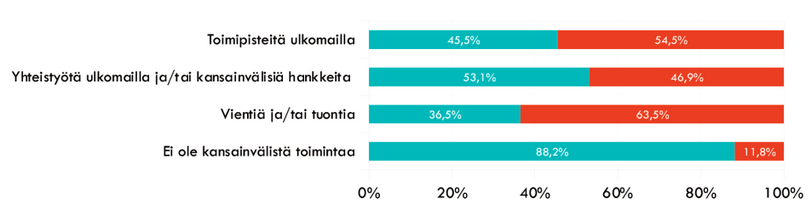
Työnantajien tärkeinä pitämiin rekrytointikriteereihin kuuluvat mm. luotettavuus, kyky hakea ja käsitellä tietoa sekä ongelmanratkaisutaidot. Työnantajat, jotka arvostavat kansainvälistä osaamista, arvostavat myös kielitaitoa ja vaihto-opiskelukokemusta.

Kyselyssä kysyttiin ja analysoitiin työnantajien rekrytointikriteerejä myös laajemmin. Opiskelijat puolestaan arvioivat kyselyssä, kuinka tärkeinä he ajattelevat työnantajien pitävän samoja kriteerejä. Tulokset osoittavat opiskelijoiden arvioiden olevan hyvin lähellä työnantajien omia arviota kaikkien kriteerien osalta [kuviot 2:7 ja 2:8]. Lisäksi vertailu vuoden 2005 tutkimukseen osoittaa, että eri rekrytointikriteerien arvostukset ovat säilyneet hyvin pitkälti samanlaisina [LIITE 1, kuvio 2.2.1].

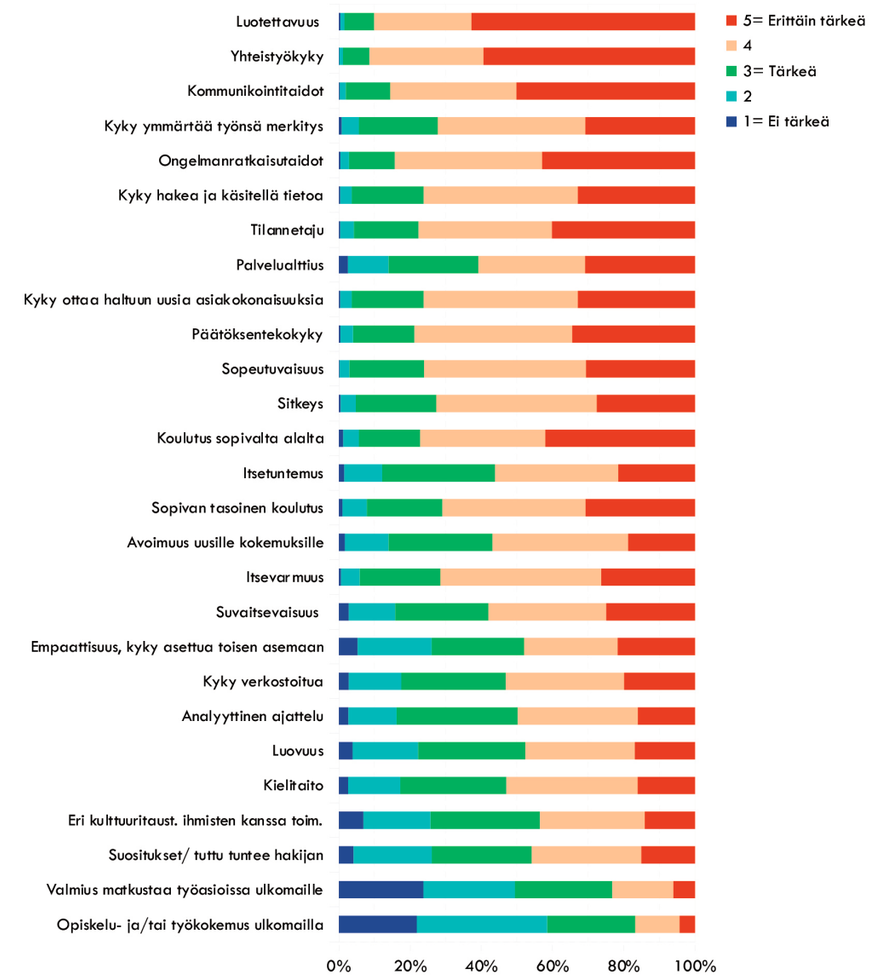
Työnantajille mm. luotettavuus, kommunikointitaidot ja yhteistyökyky ovat tärkeimpien kriteerien joukossa rekrytointitilanteessa. Samalla kansainvälisen osaamisen perinteisen viitekehyksen kriteerit, kuten kansainvälinen liikkuvuus tai kielitaito, ovat kokonaisuutena kaikkein vähiten työnantajien arvostamia kriteerejä. Työnantajia ja opiskelijoita pyydettiin arvioimaan kriteeristöä yleisellä tasolla, ei spesifin työtehtävän kautta. Kriteerien järjestys voi siis osin muuttua, jos kohderyhmiä pyydettäisiin arvioimaan niitä tietyn työnkuvan kautta.



Kuvio 2:5



Kuvio 2:6



Kuvio 2:7

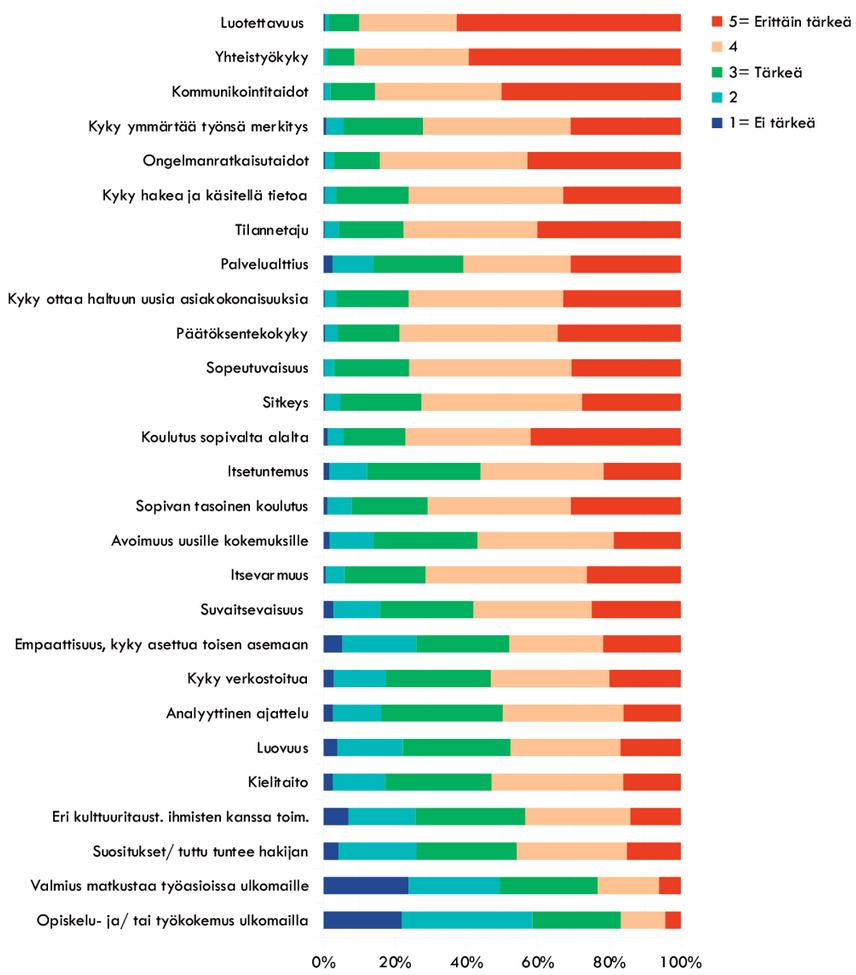
Kuvio 2:5 Työpaikan kansainvälisen toiminnan vaikutus kansainvälisen osaamisen arvostamiseen rekrytointitilanteessa.

Kuvio 2:6 Kansainvälisen toiminnan muotojen vaikutus kansainvälisen osaamiseen arvostamiseen rekrytointitilanteessa.

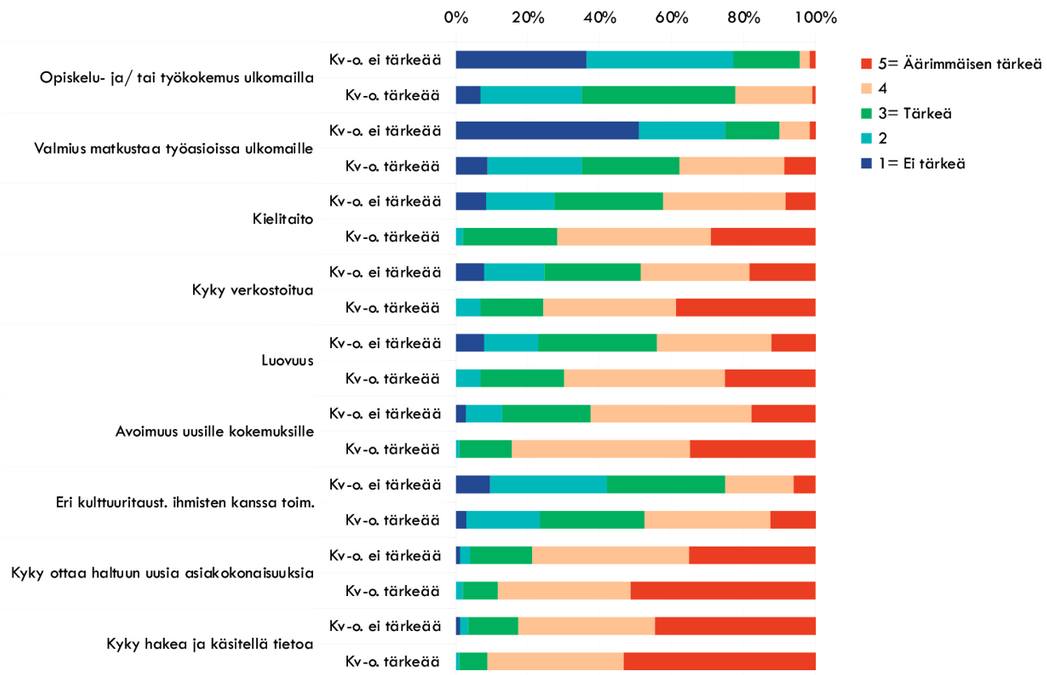
Kuvio 2:7 Työnantajien arvio eri ominaisuuksien merkityksestä rekrytointitilanteessa.

Kyselyssä esitetyt rekrytointikriteerit on järjestetty tässä siten, että työnantajien eniten arvostamat ominaisuudet, kuten luotettavuus ja yhteistyökyky ovat ensimmäisinä ja vähiten arvostamat viimeisinä.

Kuvio 2:8 Opiskelijoiden arvio työnantajien tärkeinä pitämistä rekrytointikriteereistä.



Kuvio 2:9 Kansainvälistä osaamista arvostavien ja siihen välinpitämättömästi suhtautuvien eroavaisuus suhtautumisessa rekrytointikriteereihin.



KV-O Ei tärkeä: Viittaa niihin vastaajiin, jotka eivät pitäneet kansainvälistä osaamista tärkeänä rekrytointikriteerinä.

KV-O Tärkeä: Viittaa niihin vastaajiin, jotka pitivät kansainvälistä osaamista vähintäänkin kohtuullisen tärkeänä kriteerinä.

Ne työnantajat, jotka arvostavat kansainvälistä osaamista, arvostavat pääosin samalla tavalla muitakin rekrytointikriteerejä. Tosin kiinnostavia erojakin löytyy. Kuvioon 2:9 on kerätty kaikki ne rekrytointikriteerit, joilla oli tilastollisesti merkittävä korrelaatio ($p<0{,}01$) sen kanssa, kuinka tärkeänä työnantaja piti kansainvälistä osaamista rekrytointikriteerinä. Kriteerit on järjestetty korrelaatioiden suuruusjärjestykseen suurimman ollessa ylimmäisenä.

Kuviosta käy ilmi kansainvälistä osaamista tärkeänä pitävien arvostavan suhteessa enemmän työnhakijan kielitaitoa, valmiutta matkustaa ulkomaille ja kokemusta ulkomailta. Tulos on linjassa työpaja-aineistojen ja avointen vastausten kanssa, joissa kansainvälinen osaaminen yhdistettiin liikkuvuuteen ja kielitaitoon.

Kansainvälistä osaamista tärkeänä rekrytointikriteerinä pitävät työnantajat arvostavat rekrytoidessaan erittäin paljon myös verkostoitumiskykyä, luovuutta ja avoimuutta uusille kokemuksille. 80 prosenttia niistä työnantajista, joille kv-osaaminen on erittäin tärkeä rekrytointikriteeri, pitävät myös työntekijän luovuutta tärkeänä kriteerinä. Niistä työnantajista, joille kansainvälinen osaaminen ei ole juurikaan tärkeä kriteeri, vain 45 prosenttia ajatteli näin. Kiinnostavan tuloksesta tekee, ettei kansainvälisen osaamisen ja luovuuden arvostuksen välillä ole aiemmin löydetty yhteyttä – koska sitä ei ole tutkittu.

2.3 Mitä kansainvälinen osaaminen on?

Kansainvälisen osaamisen koetaan yhdistyvän niihin asioihin, joita työnantajat arvostavat rekrytoinnissa. Kansainvälinen osaaminen ei kuitenkaan ole keskeinen rekrytointikriteeri. Rekrytoinnissa on siis parantamisen varaa. Kansainvälisesti toimivien yritysten ulkopuolella suomalainen työelämä aliarvioi kansainvälisen osaamisen merkityksen rekrytoinnin yhteydessä.

Hahmotimme kansainvälisen osaamisen merkityksiä pyytämällä työnantajia ja opiskelijoita arvioimaan, millaisiin ominaisuuksiin se yhdistyy [kuvio 2:10]. Kansainvälisen osaamisen perinteinen viitekehys pitää edelleen paikkansa, sillä tulosten mukaan työnantajat yhdistävät kansainvälisen osaamisen opiskelu- tai työkokemukseen ulkomailla, valmiuteen matkustaa ulkomaille ja kielitaitoon.

Kiinnostava kyselyssä noussut uusi asia kuitenkin oli, että kansainvälisen osaamisen merkitys ymmärretään myös monilla muilla tavoin. Havaitsimme, että kansainvälisen osaamisen arvostus rekrytoinnissa liittyy hieman yllättäviinkin asioihin, kuten luovuuteen, kykyyn verkostoitua ja uusia asioita kohtaan koettuun yleiseen kiinnostukseen.

Suomalaisessa työelämässä ollaan myös yhtä mieltä siitä, että kansainvälinen osaaminen ei ole laiskuutta, levottomuutta tai elitismiä.

Kyselyn perusteella opiskelijat kokevat kansainvälisen osaamisen yhdistyvän hyvin pitkälti samoihin asioihin kuin työnantajat [LIITE 1, kuvio 2.2.3]. Sama nousi esiin kyselytutkimuksen avoimissa kysymyksissä, jossa joukko opiskelijoita mielsi kansainvälisen osaamisen “kykynä ajatella laatikon ulkopuolelta – asioiden hahmottamisena oman elinympäristön ja kotimaan ulkopuolelta”. Tälle joukolle opiskelijoita kansainvälinen osaaminen voi olla kykyä verkostoitua, olla luova, toimia notkeasti monenlaisten ihmisten kanssa – jotain hyvin laaja-alaista ja ajattelutapoihin liittyvää.

Tavassa puhua kansainvälisestä osaamisesta näyttäisikin olevan kaksi puolta:

1) Kansainvälinen osaaminen on ainakin hyvin laajasti tunnistettuja asioita, joiden kautta kansainvälisyys osataan mieltää (kielitaito, kommunikaatiotaidot, suvaitsevaisuus jne.)

2) Kansainvälinen osaaminen on myös muita asioita, jotka saatetaan kokea tärkeiksi, mutta joita ei osata nimetä tai joita ei yhteisesti jaeta.

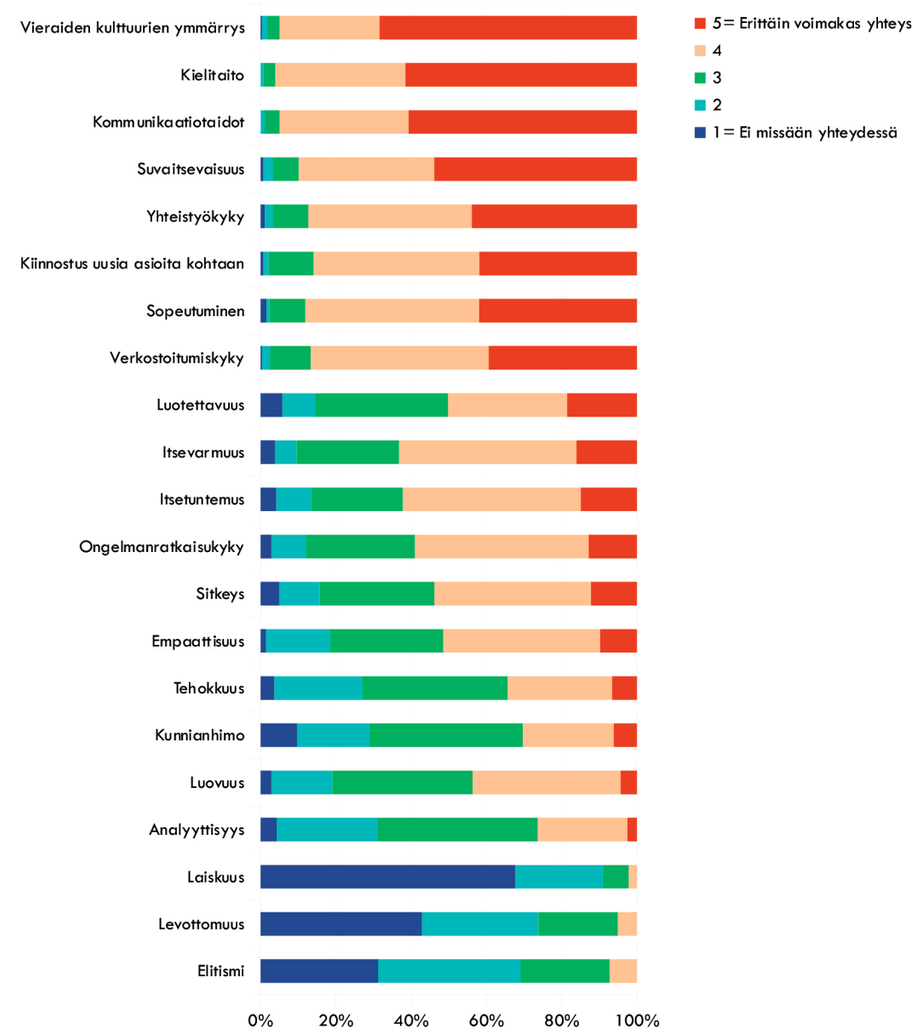
Yleisesti siis “tiedetään”, mitä kansainvälisyys ainakin on. Sen sijaan ei ole yleisesti lainkaan selvää, mitä kaikkea se *voi* olla. Näiden harvemmin tunnistettujen asioiden suhdetta kansainvälisyyteen ei ole yritetty aiemmin määritellä.

Puolet suomalaisista työnantajista yhdistää kansainvälisen osaamisen erityisen tai hyvin vahvasti sellaisiin ominaisuuksiin, kuten kiinnostus uusia asioita kohtaan, empatia, sitkeys, itsetunto, itsevarmuus ja luotettavuus (kuvio 2:10). Useat näistä ominaisuuksista nousivat suomalaisen työnantajien kaikkein tärkeimmiksi arvioimien rekrytointikriteerien joukkoon.

Näyttääkin siltä, että kansainvälinen osaaminen on kelpo indikaattori, jonka avulla voidaan tunnistaa muita työnantajien positiivisiksi määrittämiä ominaisuuksia. Toisin sanoen, vaikkei kansainvälistä osaamista sinänsä arvostettaisikaan työntekijän ominaisuutena, kulkee se työnantajien mielestä kuitenkin yhdessä monien muiden arvokkaina pidettyjen taitojen ja ominaisuuksien kanssa.

Suomalaisessa työelämässä ei tätä yhteyttä vielä ymmärretä. Jos osaaminen ymmärrettäisiin laajan viitekehyksen raameissa, voisi olla, että huomattavasti useampi työnantaja pitäisi sitä nykyistä merkittävästi tärkeämpänä rekrytointikriteerinä.

Kuvio 2:10 Ominaisuudet, joihin työnantajat yhdistävät kansainvälisen osaamisen.



Miten yllä esitellyt, työnantajien kansainväliseen osaamiseen yhdistämät taidot ja ominaisuudet liittyvät toisiinsa? Millaisia mielikuvia suomalainen työelämä yleisesti yhdistää kansainväliseen osaamiseen?

Työkaluna mielikuvien etsintään käytimme faktorianalyysia sekä työnantaja- että opiskelija-aineistoon [lue liitteestä 2.3 kuinka faktorianalyysi tehtiin]. Esitämme alla ainoastaan työnantaja-aineistosta löydetyt faktorit. [Opiskelija-aineiston pohjalta löydetyt tulokset löytyvät liitteen taulukosta 2.3.1].

Faktorianalyysistä selvisi työnantajien hahmottavan kansainvälistä osaamista neljällä eri tavalla. Nimesimme nämä neljä, useita kysyttyjä muuttujia klusteroivaa faktoria "tuottavuudeksi", "uteliaisuudeksi", "sitkeäksi toteuttajuudeksi" ja "elitismiksi". Faktoreista "tuottavuus" ja "sitkeä toteuttajuus" jakavat vastaajien mielipiteitä selkeimmin. Sen sijaan suurin osa mieltää "uteliaisuuden" liittyvän kansainväliseen osaamiseen, kun taas "elitismin" suhteen lähes kaikki vastaajat ovat sitä mieltä, ettei kansainvälinen osaaminen ole sitä [tämä käy ilmi myös kuviosta 2:10].

Ensimmäisen faktorin eli "tuottavuuden" arvon suomalainen työelämä on jo tunnistanut. Se sisältää organisaation arvonmuodostuksen kannalta perinteisesti kriittisiksi koettuja komponentteja. Tuotantoprosessin kannalta tämän faktorin merkittävyyden voisi ajatella kuvaavan sitä, että työntekijä on ongelmanratkaisukykyinen ja analyyttinen, siis peruslähtökohdiltaan kyvykäs tuottamaan lisäarvoa organisaatiossa. Lisäksi "tuottava" työntekijä saa aikaan asioita ajallaan eli on tehokas ja vieläpä luotettava.

Uteliaisuus, vasemmalta katsottuna seuraava faktori taulukossa, on erityisen kiinnostava. Faktorin voi nopealla silmäyksellä tulkita sosiaaliseksi kyvykkyydeksi, mutta

ROTATOITU FAKTORIRATKAISU: TYÖNANTAJAT

	TUOTTAVUUTTA	UTELIAISUUTTA	SITKEÄÄ TOTEUTTAJUUTTA	ELITISMIÄ
Tehokkuus	0.767	0.032	0.077	0.124
Analyyttisyys	0.671	0.084	0.204	0.061
Ongelmanratkaisukyky	0.577	0.305	0.221	0.019
Luotettavuus	0.572	0.128	0.316	-0.048
Luovuus	0.348	0.311	0.275	0.079
Suvaitsevaisuus	0.147	0.657	0.086	-0.108
Kiinnostus uusia asioita kohtaan	0.199	0.599	0.45	-0.053
Vieraiden kulttuurien ymmärrys	-0.069	0.526	0.064	-0.034
Yhteistyökyky	0.466	0.522	0.216	-0.165
Sopeutuminen	0.321	0.508	0.375	0.017
Verkostoitumiskyky	0.139	0.468	0.171	-0.004
Kommunikaatiotaidot	0.329	0.448	0.242	-0.199
Kielitaito	0.051	0.399	0.017	-0.01
Itsetuntemus	0.299	0.204	0.841	0.029
Sitkeys	0.531	0.204	0.535	0.112
Itsevarmuus	0.369	0.24	0.433	0.199
Empaattisuus	0.225	0.309	0.339	-0.108
Levottomuus	-0.068	-0.111	0.048	0.741
Elitismi	0.278	-0.024	-0.112	0.709
Kunnianhimo	0.335	0.112	0.116	0.584
Laiskuus	-0.158	-0.172	0.026	0.494

Kuvio 2:11 Työnantajien voidaan tulkita hahmottavan kansainvälistä osaamista neljän itsenäisen dimension eli faktorin kautta.

kun katsotaan tarkemmin, koostuu faktori verkostoitumiskyvyn, suvaitsevaisuuden ja yhteistyökyvyn lisäksi myös joukosta hieman toisenlaisia komponentteja: kiinnostuksesta uusia asioita kohtaan, vieraiden kulttuurien ymmärryksestä ja sopeutuvuudesta. Nimesimme nämä muuttujat yhdistävän faktorin "uteliaisuudeksi", sillä kaikki faktorin komponentit kertovat yksilön suhteesta ympäröivään maailmaan.

Uteliaisuus-faktorin voisi ehkä mieltää kuvaavan humaania, ihmisten erilaisia tarkoitusperiä ymmärtävää tapaa lähestyä todellisuutta. Tämä, osin maailmankatsomuksellinen lataus ei tietenkään itsessään tee uteliaisuus-faktorista kiinnostavaa työnantajan kannalta, vaan uteliaisuuden hyödyt tulevat siitä, että työntekijöillä on kyky tunnistaa työnteossaan keskeisiä asioita aiempaa paremmin.

Kolmannen faktorin nimesimme "sitkeäksi toteuttajuudeksi". Faktori viittaa resilienssiin ja sitkeyteen. Toimijaa, joka tietää mitä tekee, eikä tiukassakaan tilanteessa menetä itsevarmuuttaan. Nopeasti muuttuvassa, kompleksisessa maailmassa näiden resilienttiyden arvo on eittämättä kiistaton.

Neljäs faktori on kansainvälinen osaaminen "elitisminä". Ne työnantajat, jotka yhdistävät kansainvälisen osaamisen "elitismiin", näkevät sen myös sellaisten ominaisuuksien kuin levottomuuden, kunnianhimon ja laiskuuden kautta. On hyvä joka tapauksessa muistaa, että otoksessamme vain hyvin harva työnantaja yhdisti näitä kielteiseksi koettuja ominaisuuksia suoraan kansainväliseen osaamiseen.

2.4 Miten tunnistat kansainvälisen osaajan?

Kun kansainvälinen osaaminen ymmärretään laajasti, on suomalaisella työelämään siirtyvällä sukupolvella todella paljon kansainvälistä kokemusta. Heidät tunnistaa muun muassa siitä, että he kuluttavat kansainvälistä mediaa ja kulttuuria sekä etsivät tietoa kansainvälisiltä areenoilta myös muulla kuin äidinkielellään. Vain osalla heistä on kokemusta opiskelijavaihdosta tai kansainvälisestä työharjoittelusta.

Kansainvälisen osaamisen hyödyntäminen esimerkiksi rekrytoinnissa edellyttää kansainvälisten osaajien joukon nykyistä selvästi parempaa tunnistamista. Siksi määrittelemme seuraavaksi ihmiset, jotka kokevat olevansa kansainvälisiä tai toimivansa usein kansainvälisessä kontekstissa. Työpaja-aineiston pohjalta pyrimme myös päättelemään, millaisia asioita näin kansainväliseksi itsensä tunnistavat ihmiset tekevät.

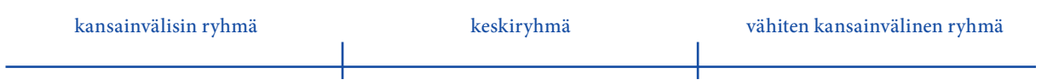
Tehokas tapa määritellä vastaajan kansainvälisyys on asian kysyminen suoraan muutamalla yksinkertaisella kysymyksellä kansainvälisyyden arkipäiväisyyteen liittyen. Näin pystyy erittäin hyvin selittämään myös muita vastaajan kansainvälisyyden arviointiin liittyviä tekijöitä. Nämä kysymykset on esitetty sekä opiskelijoille että työnantajille:

"Kuinka suhtaudut seuraaviin väitteisiin?
(1= Täysin eri mieltä 5= Täysin samaa mieltä)
1. Koen olevani kansainvälinen ihminen
2. Tuttavapiirini on kansainvälinen
3. Kansainvälisyys on minulle arkipäivää"

Näiden kysymysten pohjalta muodostimme summamuuttujan opiskelija- ja työnantaja-aineistoon, jota kutsumme nimellä "Kansainvälisyys on arkea (kv on arkea)". [Lue kuinka muodostimme summamuuttujan liitteen kuvauksesta 2.4]

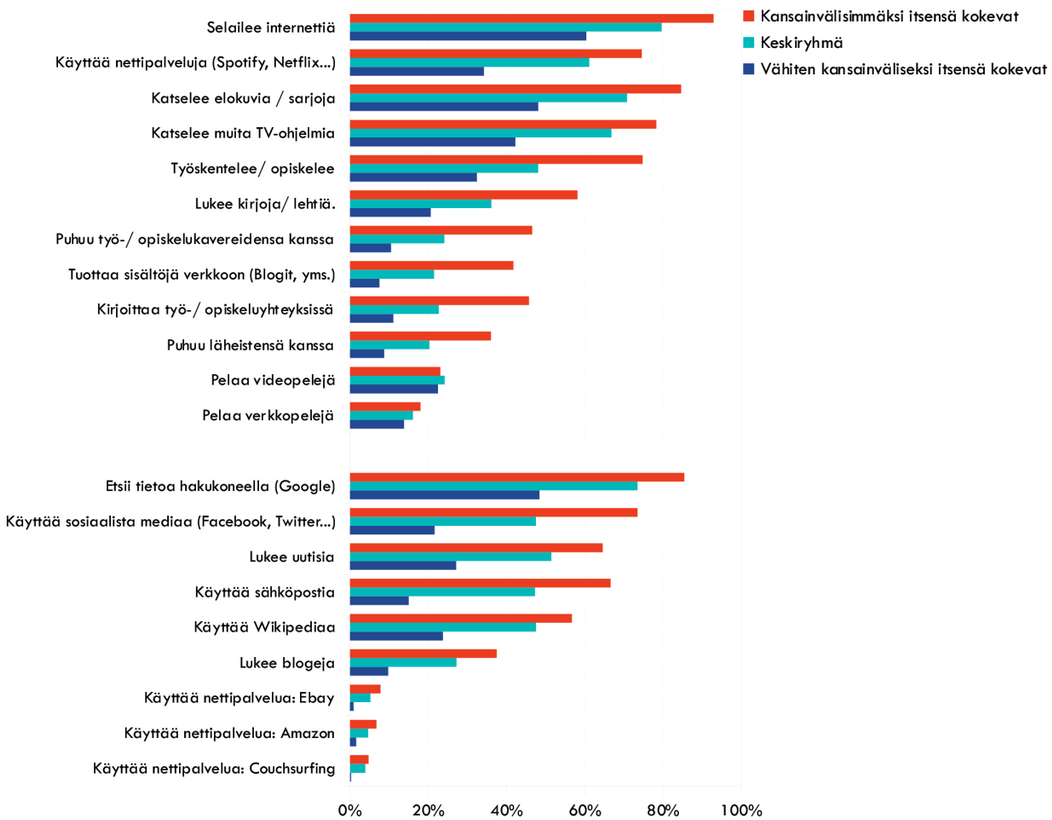
Ne opiskelijat, jotka kokevat olevansa keskivertoa kansainvälisempiä, kokevat kansainvälisen osaamisen yhdistyvän hieman muita vastaajia enemmän osaamiseen yleisesti. Eniten kansainvälisiksi itsensä kokevat eroavat muista siinä, että he näkevät kansainvälisyyden liittyvän ongelmanratkaisukykyyn, sopeutumiseen ja itsetuntemukseen. [LIITE, Kuvio 2.4.7]

Jo edellä esitettyjen kuvioiden kautta kävi ilmi ihmisten liittävän kansainvälisen osaamisen suureen määrään erilaisia asioita. Jos nämä asiat mielletään osaamisen muotoina, on tuloksena melko laaja kansainvälisyyteen liittyvä osaamispaketti. Mutta mikä tätä osaamista tuottaa? Kyselyaineiston pohjalta selvitimme, onko koettu kansainvälisyys yhteydessä pääasiallisesti ns. perinteiseen ymmärrykseen kansainvälisestä osaamisesta (kielitaito



Kuva 2:2 Opiskelijoiden jako kolmeen ryhmään sen perusteella kuinka kansainvälisiä he kokevat olevansa.

Kuvio 2:12 Osuus opiskelijavastaajista, joka tekee asioita vähintään kerran viikossa muulla kuin äidinkielellään.

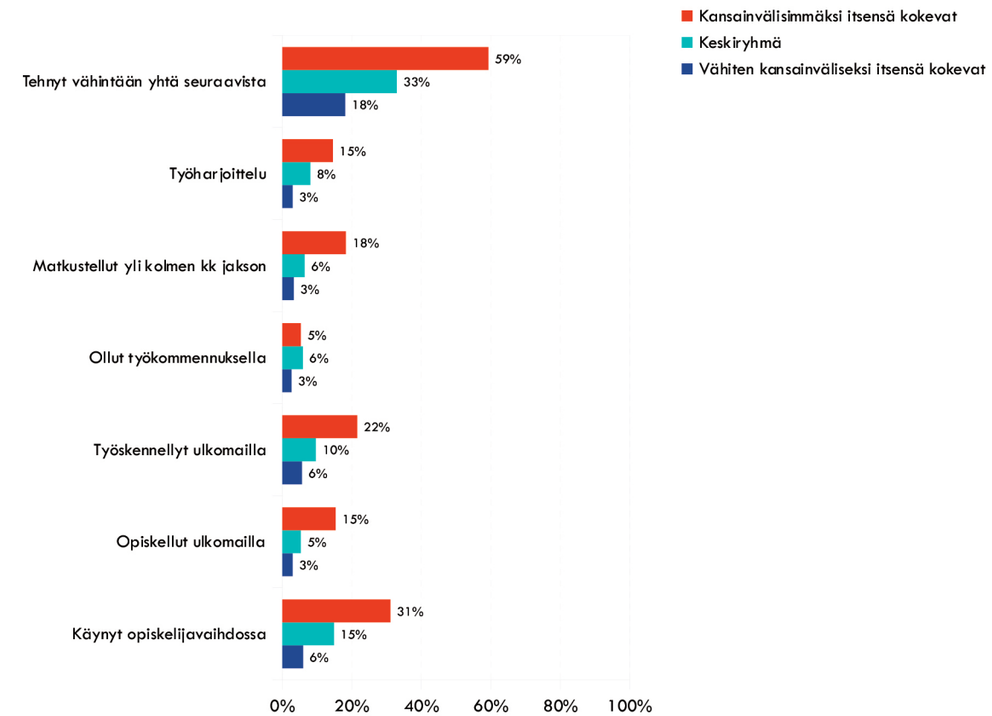


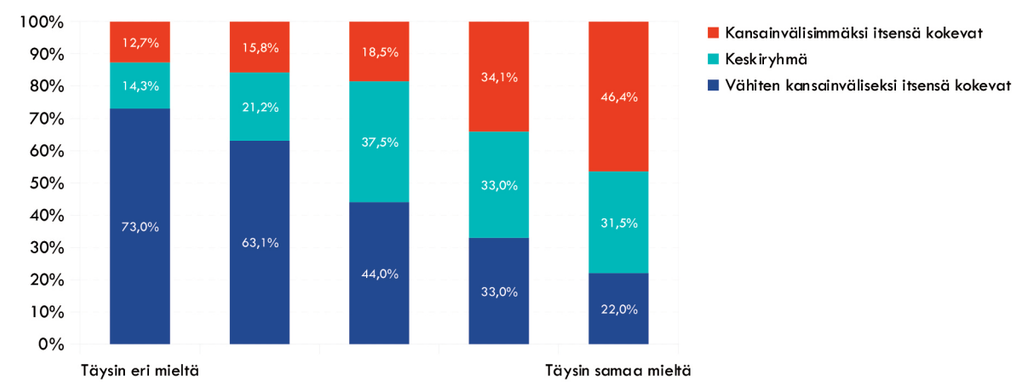
ja vieraiden kulttuurien ymmärrys), vai onko sen piirissä myös rakenteiden ulkopuolella olevia toiminnan muotoja, joita olimme tunnistaneet syksyn 2012 kyselyä pohjustaneissa työpajoissa.

Jaoimme kyselyn opiskelijavastaukset kolmeen ryhmään sen perusteella kuinka kansainvälisiä opiskelijat kokevat olevansa (Kuva 2:2). Tämän jaon perusteella voimme tarkastella, miten kansainvälisyys liittyy opiskelijan toimintaan. Kuviosta 2:12 voimme havaita näiden kolmen joukon välillä olevan merkittäviä eroja sen suhteen, kuinka suuri osuus sen jäsenistä tekee kuvaajassa listattuja asioita vähintään kerran viikossa muulla kuin äidinkielellään. Erityisen suuria erot ovat puheen tai tekstin tuottamisessa. Aineiston perusteella ei voida sanoa, ovatko enemmän erilaisia asioita tekevät ihmiset ylipäänsä aktiivisempia. Joka tapauksessa aineiston perusteella havaitsemme, että toiminnalla ja kokemuksella kansainvälisyydestä on yhteys.

Kokemus kansainvälisyydestä ja sosiaaliset suhteet ulkomailla asuviin ystäviin tai Facebook-kavereihin ovat yhteydessä toisiinsa. Kuitenkin niin, että se joukko ihmisiä, jolla on eniten sosiaalisia suhteita ulkomailla asuviin, ei ole sama kuin kaikkein kansainvälisimmiksi itsensä kokevien joukko. [LIITE, kuvio 2.4.6] Tämä voi selittyä esimerkiksi sillä, että kun riittävän suuri osa tuttavapiiristä asuu ulkomailla, ei sen enää ajatella liittyvän omaan kansainvälisyyteen, vaan on pikemminkin jo asettunut normiksi. Toisaalta se joukko, jolla on eniten ulkomailla asuvia ystäviä, voi olla maahanmuuttajia, jolloin kansainvälistä (tai ainakin

Kuvio 2:13 Kokemus kansainvälisyydestä ja ajanvietto ulkomailla.





Kuvio 2:14 Kansainvälisyys ja kiinnostus maailman tapahtumiin.

ulkomailla asuvaa) ystäväpiiriä ei koeta kansainvälisyydeksi.

Kolmen ryhmän välillä on merkittäviä eroja myös, kun katsotaan kansainvälistä liikkuvuutta. Ei liene kovin yllättävää, että ulkomailla asumisen ja kansainvälisyyden välillä on havaittavissa vastausten perusteella varsin selkeä yhteys. Mitä pidemmän jakson ihminen on asunut ulkomailla, sitä todennäköisemmin hän kokee itse olevansa kansainvälinen ihminen. Näin on myös kielitaidon ja kansainvälisyyden välillä. [LIITE, kuvio 2.4.5] Kansainvälisellä liikkuvuudella on voimakas yhteys kokemukseen kansainvälisyydestä. [Kuvio 2:14]

Kolmannes vastanneista, joka kokee itsensä kaikkein kansainvälisimmäksi, toimii kansainvälisesti monella eri tavalla: liikkuu, kommunikoi, tuottaa ja kuluttaa. Nämä ihmiset myös käyttävät todennäköisimmin erilaisia uusia palveluita. Heidän joukostaan löytyvät niin sanotut uusien ilmiöiden aikaiset omaksujat. Heistä lähes 80 prosenttia työskentelee tai opiskelee muulla kuin suomen kielellä vähintään kerran viikossa. He myös lukevat ja käyttävät nettiä muulla kuin äidinkielellään. Heistä 40 prosenttia kirjoittaa tai tuottaa sisältöjä muulla kuin suomen kielellä. Sen sijaan video- tai verkkopelejä hekään eivät pelaa kovin paljoa, edes äidinkielellään. 60 prosenttia tähän ryhmään kuuluvista opiskelijoista on viettänyt aikaa ulkomailla mm. työkomennuksen, -harjoittelun tai opiskelijavaihdon muodossa. Tämä kolmannes kuluttaa ja tuottaa sisältöjä, liikkuu, verkottuu ja toimii – on globaali osaaja.

Kansainvälisyyden keskiryhmän toiminta poikkeaa kärkikolmanneksesta siinä, etteivät he tuota niin paljon sisältöä muulla kuin äidinkielellään. Sen sijaan he ovat aktiivisia kuluttamaan kansainvälistä mediaa ja kulttuuria. He saavat siis kansainvälisiä vaikuttimia arjessaan jatkuvasti. Heistä ainoastaan kolmannes on viettänyt pidempiä ajanjaksoja ulkomailla työharjoittelun tai esim. vaihto-opiskelun kautta. Tämä on se iso joukko osaajia, josta suurimmalla osalla ei ole aiemmin ymmärretty olevan kansainvälistä kokemusta tai osaamista. He eivät aina ulotu CIMOn toiminnan piiriin, sillä vain 5 prosenttia heistä on käynyt opiskelijavaihdossa ja kahdeksan prosenttia työharjoittelussa ulkomailla. Valtaosa tästä ryhmästä kuitenkin kuluttaa kansainvälistä mediaa ja etsii tietoa kansainvälisiltä areenoilta.

Kaikkein vähiten itsensä kansainväliseksi kokeva kolmannes ei käy juurikaan ulkomailla, varsinkaan töissä (3 % vastanneista) tai vaihdossa (6 % vastanneista). Heidän tuttavapiirinsä ei ole kovin kansainväinen, eivätkä he viesti juuri muulla kuin suomen kielellä. Tämäkin kaikkein vähiten itsensä kansainväliseksi kokeva joukko kuitenkin kuluttaa kansainvälistä mediaa, käyttää internetiä muulla kuin suomen kielellä ja nauttii globaalista viihteestä. He eivät toki tee sitä yhtä paljon kuin itsensä enemmän kansainväliseksi kokevat. Heidän kansainvälisen toimintansa on lähes täysin rakenteiden, kuten kansainvälisen koulutuksen ja työpaikkojen, ulkopuolella. He saattavat keskustella ystäviensä kanssa englantilaisesta jalkapallosta päivittäin, mutta eivät harkitse lähtevänsä opiskelijavaihtoon Manchesteriin.

2.5 Onko uteliaisuus yhteinen nimittäjä?

Yksi tapa ymmärtää kansainvälinen osaaminen on uteliaisuus. Tämä on myös yksi perinteisimmistä tavoista ymmärtää kansainvälistä osaamista. Mitä tämä uteliaisuus tarkoittaa käytännössä ja miten työnantajat voivat hyödyntää sitä?

Määrittäessämme mielikuvia, joita työnantajat yhdistävät kansainväliseen osaamiseen, löysimme faktorianalyysin kautta kategorian, jonka arvosta työelämässä ei käydä keskustelua. Tämän kategorian nimesimme “uteliaisuudeksi”.

Voisiko uteliaisuus olla yhteinen nimittäjä kansainvälisille osaajille? Onko käsissämme uusista asioista kiinnostuneiden joukko, uteliaat kansainväliset, joiden potentiaalia ei toistaiseksi ole onnistuttu tunnistamaan? Nimesimme uteliaisuuden yhdeksi kansainvälisen osaamisen muodoksi työelämässä. Perinteisesti tätä melko klassiseksi humanismiksi usein miellettyä osaamista ei kuitenkaan ole yrityksissä arvostettu tai ainakaan sille ei ole annettu suurta rahallista arvoa. Luvussa kolme kerromme, että kuitenkin juuri uteliaisuudella on merkittävää arvoa työelämässä.

Jos monet heistä, joilla on kansainvälisyyden kokemus, ovat uteliaita, täytyy löytää tapa, jolla tämä hypoteesi vahvistetaan. Kysyimme opiskelijoilta “olen erityisen kiinnostunut maailman suurista tapahtumista”, jonka uskomme vastaavan melko hyvin kysymykseen uteliaisuudesta ympäröivää yhteiskuntaa kohtaan.

Opiskelijoista kaikkein kolmannes, joka kokee itsensä kaikkein kansainvälisimmäksi, seuraa maailman tapahtumia ja globaaleja ilmiöitä keskivertoa selvästi aktiivisemmin. [kuvio 2.14] Nämä opiskelijat seuraavat maailman tapahtumia monien eri kanavien kautta, osana erilaisia elämänsä käytäntöjä. Ryhmään kuuluu ihmisiä, joiden arkisiin käytäntöihin (osana työtä, vapaa-aikaa, median käyttöä ja henkilösuhteitakin) liittyy asioita, joiden alkuperä, käyttäjäyhteisö tai toimintamalli on ennemminkin kansainvälinen tai globaali kuin kansallinen tai paikallinen. Kokemus omasta kansainvälisyydestä korreloi siis positiivisesti kiinnostuksen kanssa maailman suurista tapahtumista.

Kuvio 2.4: Laajennettu kansainvälinen osaaminen.

Kokemus kansainvälisyydestä on yhteydessä siihen, kuinka kiinnostunut on maailmaa koskevista suurista tapahtumista, siis uteliaisuuteen. Kansainväliset ihmiset ovat myös muita suuremmalla todennäköisyydellä uteliaita. Mikäli työnantaja haluaa rekrytoida uteliaan eli maailman tapahtumia seuraavan työntekijän, on työntekijän oma kokemus kansainvälisyydestään tähän hyvä indikaattori.

2.6 Näyteikkuna kansainväliseen osaamiseen

Kansainvälinen osaaminen vuonna 2013 on laaja joukko asioita, joita ei vielä 1990-luvulla olisi ymmärretty kansainvälisiksi. Kansainvälinen osaaminen on siis muutoksessa. Kuitenkin yhä kansainvälinen liikkuvuus on varmin reitti kansainvälisyyteen. Se tunnistetaan laajasti.

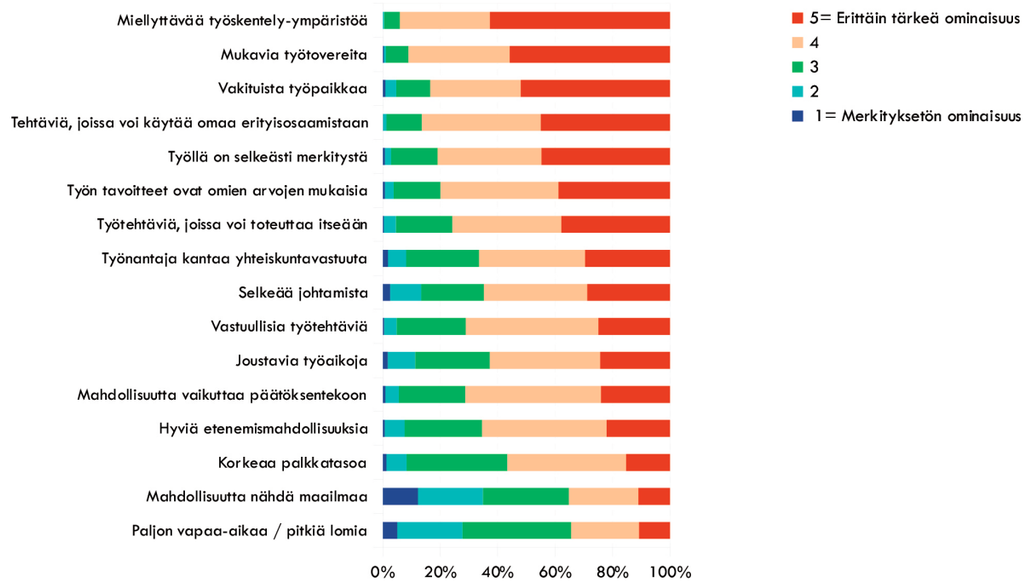
Kuviosta 2:10 voidaan päätellä, että kun kansainvälisyys ymmärretään laajasti ja systeemisesti, on suomalaisella työelämään siirtyvällä sukupolvella todella paljon kansainvälistä kokemusta. Vaikka kokemus ei suoraan siirry osaamiseksi, olisi virheellistä ajatella, ettei kokemus voisi tuottaa osaamista. Voisiko tästä suomalaisessa yhteiskunnassa piilevästä kansainvälisestä kokemuksesta löytyä siis resursseja työelämällä menestyä, rakentaa kilpailukykyään ja sitä kautta suomalaista hyvinvointia?

Me väitämme, että voi. Edellytyksenä tosin on, ettei kansainvälistä toimintaa mielletä ainoastaan liikkuvuuden kautta. Ei-liikkuvuuden muodot, kuten vaikka tiedon etsintä tai sen tuottaminen yhdistyvät harvemmin kansainväliseksi toiminnaksi. Uskomme, että tässä on käynnissä muutos. Tieto ja informaatio sekä näiden vaihtuminen on kansainvälistä toimintaa.

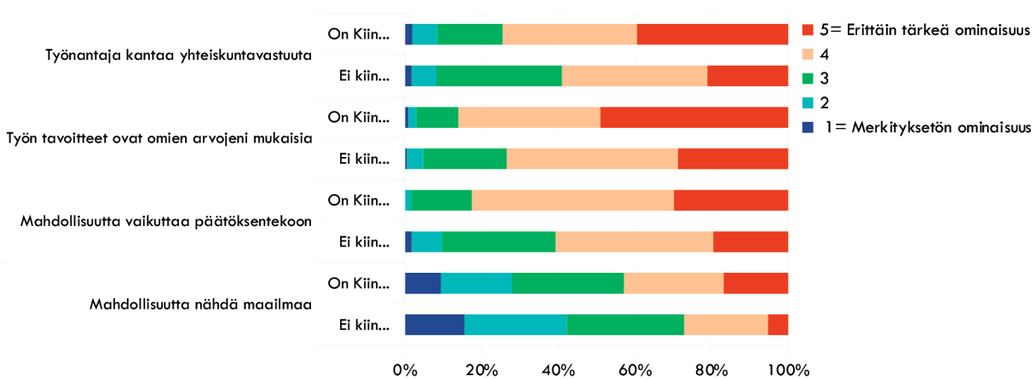
Kansainvälinen osaaminen on muutoksessa. Sillä on paljon arvoa ja tulevaisuudessa tätä arvoa on yhä enemmän, kuten kerromme luvussa kolme. Jotta tämä arvo saadaan käyttöön, tulee ymmärtää, mikä on kansainvälistä toimintaa. Me väitämme, että kansainvälinen toiminta vuonna 2013 on kansainvälisen osaamisen laajennetun kehyksen ympärillä (Kuva 1:2). Perinteinen kansainvälinen liikkuvuus on yksi osa tätä kehystä. Kyselyaineisto osoittaa sen olevan tärkeä, tosin ei ainoa, reitti kansainväliseksi osaajaksi.

Uudesta viitekehyksestä seuraa, että aiempaa huomattavasti suurempi osa työntekijöistä voi sanoa olevansa kansainvälisiä osaajia. Sillä sitä he ovat. Aivan uudella tavalla.

Kuvio A: Opiskelijoiden hyvältä työpaikalta odottamat ominaisuudet.



Kuvio B. Kiinnostus maailman suuria kysymyksiä kohtaan ja odotukset ihannetyöpaikalta.



MERKITYKSELLISEN TYÖN KAIPUU

Eva julkaisi vuonna 2010 raportin Työelämän kulttuurivallankumous[5]. Raportista käy ilmi, että suomalaisessa työelämässä 72 prosenttia arvostaa sitä, että työllä on laajempaa merkitystä ja sitä tehdään hyvän asian eteen. Toisekseen nuorissa sukupolvissa työhön liitetään vähemmän merkityksiä kuin vanhemmissa sukupolvissa. Työ on usein välineellisempää.

Arvioimme omassa kyselytutkimuksessamme myös, minkälaisia ominaisuuksia opiskelijat arvostavat ja odottavat hyvältä työpaikalta (kuvio A). Opiskelijat arvostavat hyvässä työpaikassa etenkin miellyttävää työskentelympäristöä, mukavia työtovereita ja vakituista työpaikkaa. Heti näiden selviltä tuntuvien ominaisuuksien jälkeen opiskelijat kokevat tärkeäksi, että työn tavoitteet ovat linjassa omien arvojen kanssa, että työllä on selkeä merkitys ja työnantajalla yhteiskuntavastuuta. Vähiten tärkeiksi opiskelijat hahmottavat pitkät lomat, mahdollisuuden nähdä maailmaa ja korkean palkkatason.

Tämä ei vastaa Evan 2010 julkaistun raportin analyysia, jonka mukaan: “alle 45-vuotiaiden kohdalla ainoa edes väestön keskiarvon tasolla työhön merkitystä antava ja siihen motivoiva voima näyttäisi olevan raha”. Se mitä työltä toivotaan ja mitä työltä saadaan ovat kaksi eri asiaa, ja rahan merkityksen korostuminen tuo esiin työn usein välineellisen luonteen.

On kiinnostavaa, että korkeaa palkkatasoa pidettiin opiskelijakyselyssämme kolmanneksi merkityksettömänä ominaisuutena työpaikalta. Korjauskertoimien jälkeen edes eri koulutustasojen väliset erot eivät selitä tätä. Näyttäisikin siltä, että työpaikalta odotetaan oman henkilökohtaisen hyvinvoinnin ja talouden turvaamisen jälkeen ennen kaikkea asioita, jotka kertovat siitä, että oma työ on tärkeää!

Työnantajat osaavat arvioida kohtuullisen hyvin, millaisia asioita opiskelijat odottavat hyvältä työpaikalta

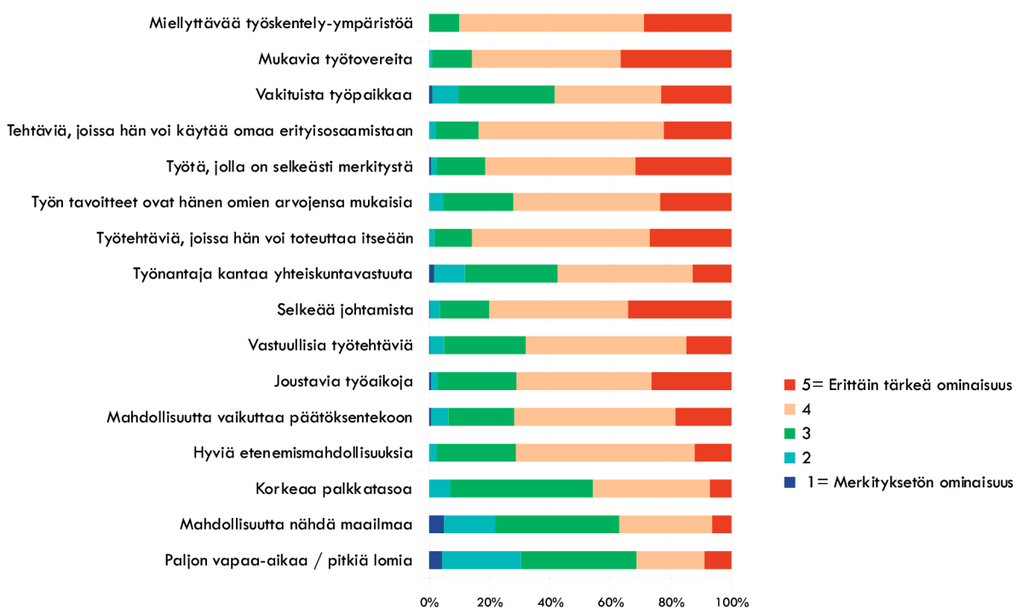
Kuvio A. Joitakin eroavaisuuksia kuitenkin löytyy. Työnantajat esimerkiksi aliarvioivat opiskelijoiden arvostuksen vakituiseen työsuhteeseen, miellyttävään työskentely-ympäristöön, työnantajan yhteiskuntavastuuseen ja työn tavoitteiden yhtenevyyteen opiskelijoiden omiin arvoihin. Työnantajat taas yliarvioivat opiskelijoiden toiveen selkeään johtamiseen. Osaltaan tätä eroa saattaa selittää se, miten työelämään siirtyvistä nuorista on puhuttu. Ajatellaan, että nuoret ovat kiinnostuneempia selkeästä johtamisesta kuin yrityksen yhteiskuntavastuusta. Todellisuudessa kuitenkin näyttäisi siltä, että juuri työn merkityksellisyys on se asia, mitä työelämältä odotetaan. Kysymys kuuluukin vastaako työelämä näihin odotuksiin. **Kuvio B.**

5 Haavisto, Ilkka (2010). Työelämän kulttuurivallankumous. EVA. EVA, Työelämän kulttuurivallankumous, 2010 http://www.eva.fi/wp-content/uploads/2010/04/tyoelaman_kulttuurivallankumous.pdf

Ne opiskelijat, jotka ovat kiinnostuneita maailman suurista kysymyksistä, odottavat myös enemmän yhteiskuntavastuuta yrityksiltä ja omien arvojen mukaisia tavoitteita (kuvio B). Näistä asioista kaksi on sellaisia, joita työnantajat arvioivat opiskelijoiden arvostavan vähemmän kuin nämä keskimäärin tekevät. Nämä kaksi ovat: ”Työnantaja kantaa yhteiskuntavastuuta” ja ”Työn tavoitteet ovat omien arvojeni mukaisia”. Näyttäisi siis siltä, että on joukko opiskelijoita, joka on kiinnostunut maailman tapahtumista ja odottaa myös enemmän merkityksellisyyttä työpaikalta. **Kuvio C.**

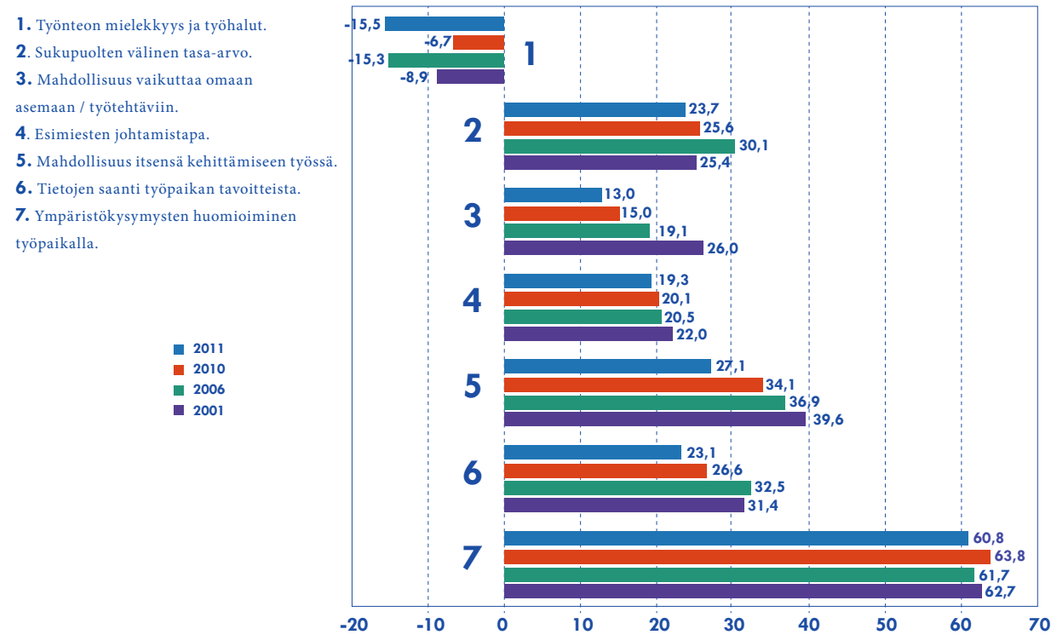
Työ- ja elinkeinoministeriö on selvittänyt suhtautumista työelämään Suomessa työelämäbarometrilla. Keskeinen havainto työelämäbarometrista on, että kaikki muut työhön liitetyt asiat tuntuvat kehittyneen parempaan suuntaan reilun kymmenen vuoden seurannalla paitsi “työnteon mielekkyys ja työhalut”. Kun suhtautumista työn mielekkyyden kehittymiseen tarkastellaan ikäluokittain, vain alle 25-vuotiaat ovat arvioineet sen kehittyvän myönteiseen suuntaan, kaikkien muiden ikäluokkien arvioidessa kehityksen negatiiviseksi. Myös alle 25-vuotiaiden joukossa on vähemmän työn mielekkyyden kehittymistä posi-

Kuvio C. Työantajien arvio opiskelijoiden hyvältä työpaikalta odottamista ominaisuuksista.



6 Työelämäbarometri, TEM, Työolobarometri 2011, s.31.: http://www.tem.fi/files/33535/TEMjul_29_2012_web.pdf.pdf

Kuvio D: Työelämän muutoksen suunta. Muutossuuntaa myönteisenä ja kielteisenä pitävien vastaajien balanssi.



tiiviseksi arvioivia kuin aikaisempina vuosina.[6] Osaltaan tätä ikäryhmien välistä eroa saattaa selittää se, että alle 25-vuotiaista harvat ovat olleet vielä työelämässä pitkään ja ensimmäiset työnkuvat ovat vuosien saatossa kehittyneet mieluisammiksi. **Kuvio D.**

Pian työelämään siirtyvistä valtaosa pitää tärkeänä, että tuleva työpaikka vastaa omia arvoja ja että työllä on selkeästi merkitystä. Erityisesti näin on niiden keskuudessa, jotka ovat kiinnostuneita maailman suurista kysymyksistä. Kyseessä on juuri se uteliaiden ihmisten joukko, jota ei ole aiemmin tunnistettu. Heistä ei puhuta. Tämä on se joukko työntekijöitä, joka kuluttaa, lukee ja etsii tietoa kansainvälisistä lähteistä. He käyttävät Wikipediaa, lukevat uutisia monella kielellä ja seuraavat vieraskielisiä blogeja. Uteliaat ovat kiinnostuneita uusista asioista. Suuri osa heistä kuuluu kansainvälisimpään kolmannekseen vastaajista – he kokevat olevansa kansainvälisiä ihmisiä. Seuraavissa luvuissa kerromme, kuinka tämän joukon kapasiteetin hyödyntäminen on paitsi toimiva keino työn mielekkyyden lisäämiseen, myös edellytys tulevaisuuden kilpailukyvyn kasvattamiseen jokikisessä yrityksessä. [kuvio 2:13].

III.

Megatrendit muuttavat työelämää

MISTÄ LUKU KERTOO?

Tässä luvussa kerrotaan, miksi työelämällä on kiire tunnistaa kansainväliset osaajat ja hyödyntää heidän osaamisensa. Se johtuu siitä, että maailmaa ja samalla työelämän osaamistarpeita muokkaavat isot megatrendit: resurssien niukkuus ja kallistuminen, väestönmuutokset, globaali talous ja teknologinen planetarismi. Niiden seurausten ymmärtäminen on edellytys oikeaan rekrytointiin. Muuttuvan tulevaisuuden maailman haasteet ovat globaaleja, mutta ne ovat myös ratkaistavissa globaalein opein. Kaikkein parhaiten menestyvät firmat, jotka ratkovat globaaleja ongelmia.

KESKEINEN AINEISTO:

- Demos Helsingin aiempi tutkimus, muun muassa Tehtävä Suomelle -maabrändiraportti ja Metropolin hyvinvointi -tutkimusraportti.
- Muu lähdeaineisto.

Vuoden 2013 alussa suomalaisen kansantalouden kilpailukyky on kansallisen keskustelun ytimessä. Puhutaan ikärakenteesta, tuotantorakenteista, huoltosuhteesta, innovaatiokyvystä ja työn yksikkökustannuksista. Puhutaan niistä asioista, jotka ovat määrittäneet menestymistä vuosituhannen alun ja viime vuosisadan aikana.

2000-luvulla suomalainen yhteiskunta ja työelämä tulee kohtaamaan merkittäviä muutoksia, joiden taustalla ovat globaalit muutosajurit. Maailman muutokset ovat luonteeltaan niin perusteellisia ja kokonaisvaltaisia, ettei yksikään toimiala pysty jättämään niitä huomiotta. Tämä tarkoittaa sitä, että keskusteltaessa kilpailukyvystä myös perustavanlaatuiset muutokset koko toimintakentässä täytyy ottaa huomioon. Muuten ratkaistaan eilisen ongelmia.

Samaan aikaan megatrendeissä ja niiden aiheuttamassa muutoksessa piilee mahdollisuus, jonka monet yritykset ovat jo onnistuneet hyödyntämään toiminnassaan.

3.1 Maailman muutosten ymmärtäjät ovat menestyneet ennenkin...

Kun Suomessa puhutaan ruotsalaisesta menestystarinasta, huomio kiinnittyy usein muutamaan asiaan. "Ruotsalaiset ovat hyviä rakentamaan tarinoita. Ruotsalaiset ovat hyviä brändäämään tuotteitaan. Ruotsalaiset ottavat suomalaiset innovaatiot ja markkinoivat ne paremmin. Ruotsalaisten rakentavat innovaatioita kysyntälähtöisesti."

Niinpä. Ruotsalaiset tosiaan rakentavat menestyviä yrityksiä todennäköisemmin kuin me suomalaiset. Syy tälle on osin edellä mainituissa. Mutta kun mietitään tunnetuimpia ruotsalaisia menestystarinoita, vaikkapa IKEAn kaltaisia, kiinnittyy huomio väistämättä kykyyn ymmärtää kysyntää. Ikean voittokulun takana on tekijöitä logistiikkaketjun tehokkuudesta rohkeaan markkinointiin, mutta yrityksen menestyksen suurin yksittäinen tekijä on kuitenkin ollut kyky ymmärtää isoja muutoksia sekä kansallisella että globaalilla tasolla. Muuttuva maailma on tuonut mukanaan yhtäältä suuren keskiluokan, joka käyttää rahaansa sisustukseen ja toisaalta valtavan joukon yksinasujia, jotka tarvitsevat kaikki omat sängyt ja lipastot. Sisustus on tapa erottua ja yhtäkkiä erottumista halusikin moninkertainen joukko ihmisiä. Tästä syntyi valtava kysyntä. Vastaavasti Ikea on jo pitkään panostanut Kiinaan ja antanut kiinalaisten tutustua tuotteisiinsa, vaikka liiketoiminta on toistaiseksi ollut tappiollista. Ikeassa on tiedetty, että kiinalaisen keskiluokan nousu on avain menestykseen myös tulevaisuudessa.[10] Ikean tarina on hyvä esimerkki siitä, kuinka globaalit muutokset ja kasvavan väestön kaltaiset viheliäiset ongelmat tunnistamalla voidaan luoda merkittävää bisnestä.

Nyt kun maailma muuttuu nopeammin kuin kenties koskaan ja nämä muutokset ovat luonteeltaan globaaleja, on ruotsalaiselle osaamiselle koko ajan enemmän kysyntää. Suomalainen työelämä voisikin katsoa jälleen kerran länteen. Elinkeinoelämällämme on erinomaiset edellytykset tunnistaa aikamme merkittävimmät megatrendit resurssien niukkuudesta väestönmuutokseen ja tehdä niistä kannattavaa liiketoimintaa.

"Paikalliset voimavarat korostuvat globaalien ongelmien seurauksena. On etsittävä uutta koko ajan, tehtävä kokeiluja ja pioneerityötä."

T

3.2 ...mutta tulevaisuudessa tämä vain korostuu

2010-luvulla maailma tuntuu vielä pari piirua monimutkaisemmalta kuin Ikean nousun aikaan. Vielä 1990-luvulla Yhdysvalloissa saatettiin uskoa jatkuvaan talouskasvuun ja dollaritalouden ylivertaisuuteen. Vuoden 2008 jälkeen tämä kaikki muuttui. Globaalit valta-asetelmat kirjoitetaan uudelleen ja Yhdysvaltojen kokoinen kansantalous joutuu ratkaisemaan presidentti Reaganin kaudelta alkanutta velkautumistaan.

Sama muutos näkyy ja tuntuu myös Suomessa. Monet kansallisilta näyttävät ongelmamme ovat luonteeltaan globaaleja. Demos Helsinki on aiemmin kuvannut muun muassa Metropolin hyvinvointi -julkaisussa[11] aikamme merkittävimpiä megatrendejä. Resurssiniukkuuden ja ilmastonmuutoksen, väestömuutoksen, teknologisen kehityksen ja globaalin talouden kaltaiset ilmiöt ovat yhä tulevaisuuden elämäämme eniten vaikuttavia muutostekijöitä. Ne muuttavat tapaamme elää – asua, liikkua ja syödä – tulevaisuuden maailmassa. Yhtään näistä haasteista tai mahdollisuuksista ei voida ratkaista kansallisesti. Ne vaativat globaalia yhteistyötä.

Tämän saman ajatusketjun ympärille rakentui myös vuonna 2010 julkistettu Suomen Maabrändiraportti, jonka alaotsikkona oli "Miten Suomi ratkaisee maailman viheliäisimpiä ongelmia – Consider it solved"[12].
"Ongelmat ovat aina myös mahdollisuus. Suomelle ne tarjoavat nyt ainutlaatuisen tilaisuuden nostaa kansainvälistä profiiliamme ja tehdä Suomi maailmanlaajuisesti tunnetuksi ongelmien ratkaisijana.
Suomen suurin vahvuus on maamme historiaan ja kulttuuriin pohjautuva ennakkoluuloton ja ratkaisukeskeinen tapa suhtautua ongelmiin. Kun tilanne on mahdoton, me sisuunnumme."
– Tehtävä Suomelle -maabrändiraportti, 2010

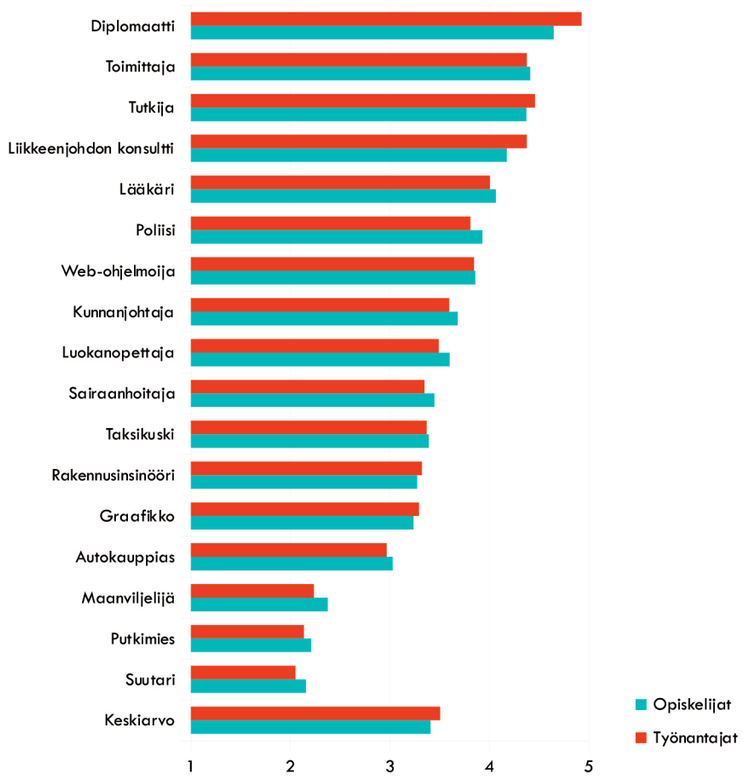
Raportin päähavaintona oli, että Suomi on poikkeuksellisen ratkaisukeskeinen yhteiskunta, josta todisteena on Suomen nopea nousu maailman vauraimpien ja kehittyneimpien kansakuntien kirkkaimpaan kärkeen. Suomen menestys ei ole selitettävissä millään yksittäisellä onnenkantamoisella tai rajatulla sektorilla tehdyllä älykkäällä kehittämistyöllä. Hyviä esimerkkejä onnistuneista ratkaisuista ja ratkaisukeskeisestä ajattelusta löytyy suomalaisen

10 Ensimmäinen täysimittainen IKEAn kauppakeskus avattiin Kiinan Shanghaissa 1998 (Wei 2007).

11 Demos Helsinki (2010) Metropolin hyvinvointi.

12 Demos Helsinki (2010) Suomen Maabrändiraportti.

KUINKA PALJON KANSAINVÄLISESTÄ OSAAMISESTA ON HYÖTYÄ SEURAAVISSA AMMATEISSA



Kuvio 3:1 Arvio kansainvälisen osaamisen merkityksestä eri ammateissa.

yhteiskunnan monesta nurkasta: koulutuksesta, vesiensuojelusta, luonnonvarojen hoidosta, asuntosuunnittelusta, tuotemuotoilusta, sosiaalipolitiikasta ja teollisuuden liiketoimintamalleista.

Näistä ratkaisuista monet ovat sellaisia, että niillä on kasvava kysyntä maailmanlaajuisesti lähivuosina. Suomalaisten kannattaisi mieltää jo olemassa olevat ratkaisut ja ennen kaikkea ratkaisukeskeinen ajattelu tärkeimmäksi voimavarakseen, jonka ympärille sekä suomalaista yhteiskuntaa että yrityksiä kannattaisi rakentaa.

Tämä oivallus ihmiskunnan ja eri maiden yhteiskuntien yhteisistä haasteista ja niiden jaetuista ratkaisuista muuttaa nyt ja lähivuosina sitä tapaa, jolla ajattelemme yritysten ja kansakuntien rakentavan (taloudellista) menestystään. Edelliset parikymmentä vuotta puhuttiin siitä, miten teknologiset innovaatiot muuttavat tuotantorakenteita ja lisäävät radikaalisti tuottavuutta. Ja niin ne tekivätkin.

Nyt innovaatioiden “musta laatikko” korvautuu globaalien viheliäisten ongelmien ratkaisemisella. Toki innovaatioita tarvitaan yhä, juuri ne tuottavat ratkaisuja. Mutta ne ovat vain osa tarinaa. Perinteinen innovaatiojärjestelmä tai korkealaatuinen tiede ja tutkimus eivät siis enää riitä. Olennaista on, mihin niitä tuotetaan – eli mitä peliä pelataan. Joillekin innovaatioille on suurempi kysyntä kuin toisille. Globaaleja viheliäisiä ongelmia ratkovilla innovaatioilla kysyntä on käytännössä rajaton. Jos tekee töitä tällä kentällä, on syntyvälle ratkaisulle luultavammin aitoa kysyntää kuin muihin asioihin liittyvälle ratkaisulle.

3.3 Megatrendit työntyvät työelämän ytimeen

Aiemmin ei kuitenkaan ole kuvattu riittävän tarkasti, miten tämä ajattelu ja yhteiskuntaa muokkaavat suuret muutostekijät vaikuttavat työelämään. Globaalit megatrendit muokkaavat radikaalisti sitä toimintaympäristöä, jossa julkiset organisaatiot, järjestöt ja yritykset toimivat. Yritykset, yhteisöt ja julkinen sektorit eivät ole irrallaan isoista muutoksista, vaan pikemminkin niiden ytimessä. Näin ollen ne muokkaavat myös työelämää ja tarvetta osaamiselle. Tämä kaikki riippumatta siitä, mieltääkö organisaatio rakentavansa menestystä ongelmien ratkaisijana vai niihin sopeutujana.

Tämä tarkoittaa sitä, että menestyäkseen myös tulevaisuudessa, työnantajien täytyy sekä tunnistaa esimerkiksi väestömuutosten vaikutukset omaan toimintaympäristöönsä että pystyä reagoimaan niihin. Tuulensuojaa ei ole. Jokainen globaali haaste on samalla uusi liiketoimintamahdollisuus ja kilpailuetu.

Uusi aika ja sen menestystekijöitä määrittävä asetelma rikkoo perinteisiä käsityksiä ammatti- ja koulutusalojen merkityksestä ja suhteesta muuhun yhteiskuntaan. Hieman kärjistäen voi sanoa, että olemme viimeiset vuosikymmenet ajatelleet insinöörien ja bisnesosaajien olevan innovaatiojärjestelmän moottoreita. Heidän vanavedessään, osin luovaan talouteen ja globaaleihin kulttuurituotteisiin liittyvän kiinnostuksen siivittämänä, on puhuttu kulttuuri- ja muotoilualan merkityksen noususta.

Syksyllä 2012 tekemämme kyselyn perusteella voidaan sanoa, että sekä opiskelijat ja työnantajat pitävät kansainvälisyyttä hyvänä asiana (siihen liitetään enimmäkseen positiivisia määreitä) ja kansainvälistymistä pidetään varsin väistämättömänä kehityskulkuna. (Liite 1: kuvio 2:5:3 & Liite 1: 2:5:7) Tosin vastaajat arvelivat muiden pitävän kansainvälisyyttä vähemmän positiivisena kuin he itse.

Kyselyn vastaajilta pyydetiin myös arviota siitä, mitkä ammatit heidän mielestään ovat kaikkein kansainvälisimpiä. Tulokset eivät sinänsä yllätä: kärkeen nousevissa ammateissa – diplomaatti, toimittaja, tutkija, liikkeenjohdon konsultti – on toimittu perinteisestikin hyvin kansainvälisessä ympäristössä, globaalien informaatiovirtojen parissa. (Kuvio 3:1)

Sen sijaan yksi niistä ammateista, jossa kansainvälisestä osaamisesta koettiin olevan vähiten hyötyä, oli maanviljelijä. Keskimäärin ihmiset eivät juuri nähneet kansainvälisyydellä merkitystä maanviljelyksessä.
Kansainvälisen osaamisen nähdään olevan hyödyllistä etenkin ammateissa, jotka vaativat suoraa vuorovaikutusta muuta kulttuuritaustaa edustavien ihmisten kanssa. Kansainvälisen osaamisen koetaan myös olevan erityisesti hyödyllinen ns. akateemisissa ammateissa. Huomattavaa on myös se, että työnantajat ja opiskelijat ovat erittäin samanmielisiä siitä, missä kansainvälisestä osaamisesta on hyötyä ja missä ei.

Maanviljelijän kehno rankkaus ammattien kansainvälisyysvertailussa tuntuu melko itsestään selvältä asialta. Onhan maanviljely yksi kaikkein paikallisimmilta vaikuttavista ammateista. Kyky viljellä hyvin on sidottu omaan maahan. Maatilat ja maanviljelijän ammatti ovat siirtyneet suvussa sukupolvelta toiselle. Siksi kansainvälisyydellä ja siihen liittyvillä taidoilla ei tuntuisi olevan iloa maanviljelijälle.

CASE:

MAANVILJELIJÄ KARI KOKKONEN
– hallituksen hinnoista futuurikauppaan

2000-luvulla maanviljelys on kansainvälisempää kuin koskaan. Nurmijärvellä viljaa viljelevä Kari Kokkonen on tästä hyvä esimerkki.

"Eihän maanviljelemistä kansainvälisempää ammattia olekaan", hän sanoo. Tänä vuonna ruoan hinta on ollut korkealla ympäri maailmaa. Ei suomalainen viljelijä ole tästä irrallaan.

"Muutos on kyllä ollut huima", sanoo Kokkonen, 60.

Parissakymmenessä vuodessa on tapahtunut paljon. Vielä ennen EU-jäsenyyttä viljan hinta sovittiin käytännössä hallitusneuvotteluissa, ja viljelijä saattoi myydä tietyllä hinnalla viljansa milloin vain.

Sitten tuli EU-jäsenyys, joka poisti mahdollisuuksia säädellä hintaa yhden maan sisällä. Mutta todellinen muutos alkoi noin vuonna 2005, kun isot institutionaaliset sijoittajat huomasivat raaka-ainepörssien kiinnostavuuden: ne näyttivät vakaammilta sijoituskohteilta kuin kuvitteellisemmalla osakearvolla käytävä kauppa. Ruoan hinnalla alettiin spekuloida. Kansainvälinen ja iso peli tuottaa myös isoja vaihteluita hintaan.

"Hinnat poukkoilevat. Vuonna 2008 viljan hinta oli 80 euroa tonnilta, nyt se on yli 200 euroa. Välillä se taas putosi paristasadasta yhtäkkiä 140 euroon. Siis kymmenien prosenttien heilahteluja."

Heilahtelu riippuu paitsi sijoittajien toiminnasta, myös eri puolilla maailmaa onnistuneista tai epäonnistuneista sadoista. Niinpä yhä useampi maanviljelijä käy jo futuurikauppaa: siinä kasvamassa oleva vilja myydään tai ostetaan tiettyyn hintaan jo etukäteen. Viljelijän tai ostajan ajoituksesta riippuu, kuka voittaa ja kuka häviää.

"Sillä tavalla pienempikin viljelijä voi suojata hyvinkin muutaman hehtaarin tuoton."

Sama kuvio pätee myös lannoitteisiin. Fosforin hinta vaihtelee suhdanteiden mukaan.

"Apulannan hinta korreloi suoraan öljyn maailmanmarkkinahinnan kanssa. Ei ole monta vuotta taaksepäin kun öljybarreli oli 60 euroa, nyt se on yli 100. Oikeaan aikaan tehtävillä ostoilla on iso merkitys varsinkin isoilla tiloilla."

Kokkonen seuraakin netistä öljyn ja viljan hintoja sekä tutkii uutisia, millainen sato vaikkapa Australiassa on tulossa. Tietokone on joka päivä auki. Netistä – tai oikeammin Ruotsista – Kokkonen löysi myös halvan työkoneen.

Suomessa futuurikauppaa tekee melko harva maanviljelijä, mutta muilla keinoilla myös suomalaiset maanviljelijät ovat alkaneet ymmärtää kansainvälisen osaamisen etuja. Suomessa myllyjen maksamat hinnat ovat olleet 10-12 prosenttia pienemmät kuin esimerkiksi Saksassa ja Ruotsissa. Suomen hinnat eivät ole seuranneet maailmanmarkkinahintoja yksi yhteen.

"Nyt maanviljelijät ovat perustaneet ketjuja, osuuskuntia ja vievät itse viljaa Eurooppaan."

Samoin on käynyt apulannassakin. Ennen valtionyhtiö KemiraGrowlla oli monopoli, nyt apulantaa ostetaan uusien maahantuojien välityksellä esimerkiksi Venäjältä ja Puolasta.

Mutta maanviljelyksellä on aina ollut vahva kansainvälinen ulottuvuus. Historian saatossa se on ollut jopa yksi kaikkein globaaleimpia tuotannon sektoreista. Kasvilajikkeet, eläinrodut ja viljelyprosessit ovat muuttuneet ja kehittyneet nimenomaan silloin, kun niitä on viety ja tuotu alueilta toisille. Joidenkin historioitsijoiden mielestä juuri yhteiskunnan kyky ottaa vastaa maanviljelyyn liittyviä globaaleja vaikuttimia on ollut keskeinen syy yhteiskuntien menestymiselle.

Mitä esimerkkitapaus maanviljelijästä kertoo? Se kertoo siitä, että kansainvälisiä eivät ole vain ne ammatit, joissa ollaan tekemisissä globaalien informaatiovirtojen, ylikansallisen kaupankäynnin tai kansainvälisten suhteiden kanssa. Se kertoo siitä, että eri aikoina erilaiset kansainväliset vaikutteet ovat muokanneet tuotantoa, elinkeinoja ja ammatteja.

Olemme luvussa yksi kuvanneet sitä, miten työelämä on muuttunut eri tavoin kansainvälisemmäksi. Olemme myös esittäneet, että nekin organisaatiot, jotka eivät rakenna menestystään ja ansaintamalliaan globaalien häijyimpien ongelmien ratkaisemiseen, joutuvat silti miettimään tapoja sopeuttaa toimintaansa näihin haasteisiin ja niiden taustalla oleviin muutosilmiöihin. Niinpä uskomme, että tulevaisuudessa kansainvälisyys ja kansainvälinen osaaminen tulevat olemaan uudella tavalla osa montaa ammattia. Maanviljelijä on yksi niistä.

Tämän muutoksen ennakoimisen tueksi on ymmärrettävä niitä megatrendejä, jotka saavat aikaan globaaleja, viheliäisiä ongelmia ja muokkaavat kaikkien yritysten toimintaympäristöä.

Tärkeimmät globaalit muutostrendit voi karkeasti sijoittaa neljän pääteeman alle:

- niukat resurssit
- väestömuutos
- globalisoituva talous
- teknologinen planetarismi

Nämä teemat saavat osittain erilaisia ilmenemismuotoja ja haastavat eri yhteiskuntia hieman eri tavoin. Ne haastavat käytännössä kaikkia yhteiskuntia ja kaikkien kansakuntien ja alueiden täytyy löytää omat tapansa vastata niihin. Mutta näihin haasteisiin ei pystytä vastaamaan nykyisellä ratkaisukoneistolla ja sektorien välisellä työnjaolla. Niille ei ole "omistajaa" – ei ole asiantuntijoita tai instituutioita, jotka osaisivat yksin pehmentää muutosten aiheuttamia järistyksiä. Juuri sen vuoksi niiden rooli työelämässä korostuu: ne vaativat toimintatapojen muutosta, siis sekä uudenlaisia organisoitumisen muotoja että uudenlaista orientaatiota (asennetta, taitoja) yksilöiltä. Tämän seurauksena ammattikuvat muuttuvat. Entistä useammasta ammatista tulee uudessa mielessä kansainvälinen. Entistä useamman organisaation täytyy ymmärtää globaaleiden muutosten vaikutukset.

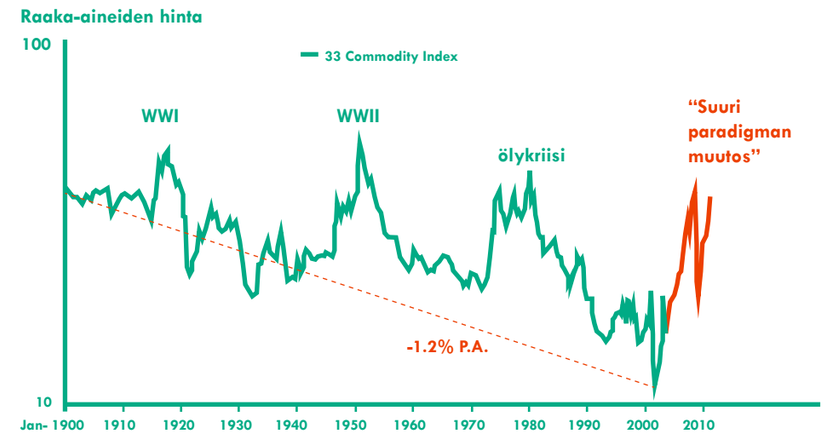
Seuraavassa katsomme tarkemmin näitä neljää teemaa.

MEGATRENDI 1: NIUKAT RESURSSIT

Ihmiskunta on vaurastunut viimeisten 200 vuoden aikana nopeammin kuin milloinkaan aiemmin historian aikana. Tämän kaiken taustalla on teknologian nopean kehityksen ohella luonnonresurssien kulutuksen voimakas kasvu. Öljyn ja kivihiilen hyödyntämisen oivaltaminen avasi ovet energian käytölle aivan uusissa mittaluokissa. Se mahdollisti puolestaan metallien jalostamisen ja lannoitteiden valmistamisen. Tämän kehityksen lähdettyä käyntiin olemme jatkuvasti löytäneet uusia energia- ja kaivannaisesiintymiä sekä ennestään tutkimattomista maailmankolkista että olosuhteista, joissa olevia resursseja ei aiemmin osattu tehokkaasti hyödyntää. Niinpä energian ja muiden resurssien suhteellinen hinta on enimmän osaa teollista historiaa laskenut jatkuvasti. Halpa energia ja luonnonvarat ovat olleet voimakkaan talouskasvun keskeinen vauhdittaja.

KUVA 3:1 RAAKA-AINEIDEN HINTA JA LUONNONVAROJEN ENNUSTETTU ELINAIKA

RAAKA-AINEIDEN HINTAINDEKSI: SUURI PARADIGMAN MUUTOS



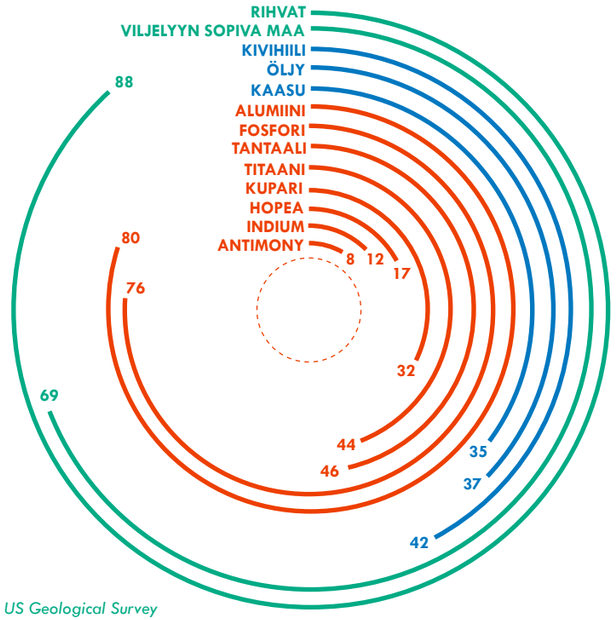
6.000KG =

"Joka vuosi pelkästään Euroopan Unionissa heitämme pois kolme miljardia tonnia jätettä – siitä 90 miljoonaa tonnia on ongelmajätettä. Yhteensä tämä tekee kuusi tonnia jätettä jokaista ihmistä kohti."

LUONNONVAROJEN ENNUSTETTU RIITTÄVYYS VUOSISSA:

FOSFORI

Koko moderni maatalous perustuu fosforiin. Ilman fosforia ei nykyisenkaltaista maanviljelyä voida harrastaa. Joissain arvioissa fosforin loppuminen jopa puolittaisi maataloustuotannon. Tällä hetkellä tiedossa olevien fosforivarojen on arveltu riittävän 76 vuoden ajan. Tämän tärkeän resurssin uhkaava loppuminen tarkoittaa hintavaihtelua ja toisaalta uusia innovaatioita, kuten resurssikiertoa, joilla niukkuuteen voidaan vastata.



Lähteet: GMO, European Commision, BBC (iib Studio), UNTEEB, US Geological Survey

Monet uskovat, että olemme tämän kehityksen taitepisteessä. Useimpien kaivannaisten hinnat ovat olleet viimeisen vuosikymmenen ajan selvässä nousussa. Öljyn hinta on sekin ollut vuosia korkealla huolimatta maailmantalouden onnahteluista. Keskustelu öljyn tuotantohuipusta ja sen ajankohdasta on noussut valtamediaan. Esimerkiksi englantilainen Peak Oil Task Force -työryhmä ennustaa öljyn tuotantohuipun toteutuvan tällä vuosikymmenellä.[13] Se ei tarkoita öljyn loppumista, vaan halvan öljyn loppumista. Se taas tarkoittaa uhkaa vakavasta taantumasta. Fossiilisten polttoaineiden lisäksi kansainvälinen kilpailu viljely- ja elinkelpoisista alueista sekä toisaalta edullisista ruoan tuotantoalueista on kärjistymässä. Esimerkiksi Ruotsissa on jo kaksi pörssiyritystä, joiden pääbisneksenä on ostaa ja vuokrata viljelysmaata eri puolilta maailmaa. Afrikassa eurooppalaiset ja kiinalaiset toimijat käyvät kilpajuoksua hyvän viljelysmaan ostamisesta. Vesivarojen saatavuus uhkaa heiketä useiden miljardien ihmisten asuinseuduilla ilmastonmuutoksen, pohjavesien ylikulutuksen ja vesistöjen valuma-alueiden muokkauksen takia.

Vaikka potentiaalia uusille teknologisille ratkaisuille on olemassa, niiden käyttöönotto on osoittautunut vaikeaksi. Tähän asti on ollut halvempaa etsiä uusi öljyn tai muun raaka-aineen lähde ja käyttää vanhoja viljelylajikkeita kuin etsiä uusia teknologisia ratkaisuja raaka-ainetarpeen korvaamiseen. Niukkuus kohdistuu myös harvinaisiin metalleihin, joita käytetään esimerkiksi akuissa, aurinkokennoissa ja monissa korkean teknologian komponenteissa. Tästä syystä myös Pohjois-Suomessa juhlitaan uutta kaivosbuumia. Alueellisen uuden menestyksen kääntöpuolena edessä saattaa olla metallisotia.

Samaan aikaan maapallon väestö kasvaa yhä yli 70 miljoonan ihmisen vuosivauhdilla. Globaalin talouden laajenemisen ja väestönkasvun yhteisvaikutus lisää raaka-aineiden kansainvälistä kysyntää, jolloin maapallon resurssit asukasta kohden vähenevät kiihtyvää vauhtia. Vuosina 2007 ja 2008 nähdyt globaalit ruoka- ja energiakriisit tekivät niukkenevat yhteiset luonnonvarat näkyviksi kaikkialle maailmassa.

Jo viimeiset 30 vuotta on yritetty rakentaa globaaleja järjestelmiä luonnonvarojen ja maapallon ekosysteemien käytön säätelemiseksi. YK-vetoiset prosessit ovat kuitenkin olleet hitaita ja tehottomia. Kansainvälisten järjestelmien rinnalle on viime vuosina kehittynyt markkinavetoista toimintaa. Niin perinteiset teollisuusmaat kuin Kiinakin ovat julistaneet kehittävänsä elinkeinorakennetta kohti vihreää kasvua, jossa tuotantorakenteiden ja yhdyskuntien uudistuminen kohti radikaalisti parempaa energia- ja materiaalitehokkuutta uusintaa myös taloutta.

Miten resurssien niukkuus vaikuttaa työelämän osaamistarpeisiin?

1) Energian ja luonnonvarojen käyttö sekä hankinta siirtyy asiantuntijoilta kaikkien asiaksi.
2) Globaaleissa yrityksissä työntekijöiden pitää ymmärtää omistaja-arvon lisäksi myös "jaettu arvo" – toiminnan hyöty ja arvo paikallisyhteisölle sekä koko yhteiskunnalle.

Tähän asti luonnonvarojen varantojen ja hintakehityksen ymmärtäminen on ollut vain pienen eksperttijoukon harteilla. Luonnonvarojen hintojen vaihtelu ja nousu ovat toki näkyneet energia- ja luonnonvaraintensiivisiä tuotteita ostaville ja myyville. Mutta jatkossa on luultavasti toisin. Jatkossa energian ja luonnonvarojen käyttö ja hankinta on strateginen kysymys melkein jokaisella toimialalla, jonka toimintaan kuuluu minkäänlaisia kiinteistöjä tai kuljetuksia. Näiden asioiden hallinta ei yrityksissä tai julkisissa organisaatioissa ole silloin enää vain yksittäisen ammattiryhmän harteilla, vaan kyse on lopulta samanlaisesta ar-

13 Peak Oil Task Force (2010) The Oil Crunch: A wake-up call for the UK economy.

Miten resurssien niukkuus vaikuttaa työelämän osaamistarpeisiin?

1) Energian ja luonnonvarojen käyttö sekä hankinta siirtyy asiantuntijoilta kaikkien asiaksi.

2) Globaaleissa yrityksissä työntekijöiden pitää ymmärtää omistaja-arvon lisäksi myös "jaettu arvo" – toiminnan hyöty ja arvo paikallisyhteisölle sekä koko yhteiskunnalle.

CASE:

ZENROBOTICS -
Bisnestä resurssiniukkuudesta

ZenRobotics Oy on 2007 perustettu cleantech-alan suomalainen startup, jonka kehittämä tekoäly edustaa kierrätysalan huipputeknologiaa. Yrityksen päätuote on jätteenlajittelujärjestelmä ZenRobotics Recycler (ZRR), joka poimii jätevirrasta halutut esineet ja raaka-aineet robottien avulla. Tuote pyrkii tehostamaan luonnonvarojen käyttöä ja auttamaan globaalin jätekriisin ratkaisussa mullistamalla tavan, jolla kierrätystä tehdään.

Maailmalla on nimittäin paradoksaalinen haaste: resurssit niukkenevat, mutta samaan aikaan syntyy yhä kasvavia jätemassoja, joissa on myös käyttökelpoista materiaalia. ZenRobotics on kääntänyt haasteen mahdollisuudeksi ja väyläksi liiketoiminnalleen. Yrityksen ensimmäinen toimintavuosi kului kontaktoidessa potentiaalisia teollisuusalan asiakkaita. Tarkoituksena oli selvittää, mikä on yksittäisen yrityksen suurin ongelma. ZenRobotics Recycler on ratkaisu kenttätutkimuksen tulokseen: yritykset menettävät rahaa, kun uudelleen käytettävää materiaalia valuu hukkaan. ZRR poimii arvokkaita raaka-aineita talteen ja niistä saadaan tuottoa yhä nousevien maailmanmarkkinahintojen sanelemaa tahtia. Niin ikään jätemassoista erotettavista puhtaammista jaoksista saadaan paremmat hinnat. Tuote on suunniteltu käsittelemään niin teollisuudessa, kaupan alalla, rakennustyömailla kuin asutusalueilla syntyviä jätemassoja. Arvioiden mukaan noin puolet maailman elvytysvaroista tullaan käyttämään ympäristöteknologiaan. Luonnonvaraviisaiden ratkaisujen kysyntä tulee siis kasvamaan entisestään.

Taustalla on iso muutos: tuotantokeskeisyydestä ollaan siirtymässä ekologisuuden paradigmaan, koska se on myös tuottoisaa. Esimerkiksi vihreän kasvun visiokseen julistaneessa Etelä-Koreassa vihreään liiketoimintaan investoineet yritykset ovat kasvaneet kolmen viime vuoden aikana yli kaksi kertaa nopeammin ja olleet nelinkertaisesti parempia työllistäjiä kuin perinteiset yritykset. Tulevaisuusorientoitunut huippuosaaminen siis paitsi muuttaa maailmaa, kiinnostaa sijoittajia ja nauttii globaalia kysyntää.

ZenRobotics on esimerkki yrityksestä, joka on tähdännyt suoraan globaaleille markkinoille. "Roboottisen kierrätyksen" vallankumous on lähempänä kuin koskaan ja ZenRoboticsilla on mahdollisuudet kasvaa räjähdysmäisen nopeasti. Yritys edustaa huippuosaamista sektorilla, jolla on verrattain vähän osaajia ja siten kilpailua. Näin tuote on kilpailukykyinen globaaleilla markkinoilla – etenkin, kun se vastaa ongelmaan, jonka kanssa painitaan kaikkialla.

ZenRoboticsissa työskentelee kaikkiaan 20 henkilöä mukaan lukien kahdeksan eri alojen tohtoria. ZRR-tuotetta markkinoidaan globaalisti 20 agentin voimin 49 maata kattavan verkoston kautta. Tavoite on myydä kymmenen robottia vuoden 2012 loppuun mennessä. Vuodeksi 2015 ennakoidaan jo satojen miljoonien liikevoittoja. Kunnianhimoista, mutta mahdollista.

kipäiväisestä talousasiasta kuin kassavirta, myyntikate tai kiinteät kulut.

Yhä useammassa yrityksessä ja julkisessa organisaatiossa päätetään kokeilla rohkeampaa edelläkävijyyttä energian ja luonnonvarojen fiksussa käytössä kilpailuedun kehittämiseksi. Tämä muokkaa uusia tapoja viestiä ja kertoa niin sisäisesti kuin ulkoisestikin asioista, jotka aiemmin olisi mielletty yritysvastuuksi tai ympäristöteoiksi. Osa yrityksistä päättää viestiä materiaalitehokkuudestaan uutena talousajatteluna, toiset taas kertovat tekevänsä suurta rakennemuutosta tai olevansa ihmiskunnan häijyimpien ongelmien bisneksessä (kts. esimerkiksi Cleantech Finlandin solved.fi -sivusto).

Tätä kiinnostavampaa on kuitenkin se, miten niukoista resursseista tulee osa päivittäisiä työsuoritteita ja työntekijöiden ammatti-identiteettiä. Tähän kokonaisuuteen kuuluu varmasti uudenlaisia kannustinjärjestelmiä, jotka ohjaavat resurssitehokkaaseen toimintaan. Siihen kuuluu myös nykyistä suurempi mielenkiinto työelämälähtöisiä, arkisista tilanteista nousevia innovaatioita kohtaan. Ja koska energian ja luonnonvarojen korkea hinta koettelee kuluttajia yhtälailla kuin yrityksiä, on tuloksena näiden asioiden tulo yhä useampiin asiakaspalvelutilanteisiin. Erityisesti tämä koskee paljon resursseja kuluttavien, erityisesti asumiseen ja liikkumiseen liittyvien arjen käytännöt ”portinvartija-ammatteja”: korjausrakentajia, autokauppiaita, isännöitsijöitä ja kodinkonekauppiaita.

Tuloksena voi olla myös uudenlainen tapa ajatella yritysten tapaa tuottaa tulosta ja arvoa. Liiketoimintastrategiaoppien arvostettuihin kehittäjiin kuuluva Michael Porter on viime vuodet esitellyt ajatusta siitä, että talousjärjestelmämme on uudistumassa suuntaan, jossa omistaja-arvon (shareholder value) sijaan painotetaankin koko yhteiskuntaa hyödyttävää jaettua arvoa (shared value).[14]

Jaettu arvo syntyy, kun yritys pystyy
1) tarjoamaan kuluttajille aiempaan nähden ylivertaisia ratkaisuja näitä vaivaaviin merkittäviin haasteisiin (esim. energiakustannukset)
2) määrittämään uudella tavalla tuottavuuden läpi koko arvo- ja tuotantoketjun
3) tukemaan yhteiskunnan toimivuutta parantavien paikallisten klustereiden kehitystä alueilla, joissa yrityksellä on toimintaa.

Jaetun arvon tuottamisen mieltäminen yrityksen päätavoitteeksi on askel kohti uudenlaista tapaa nähdä kansainvälisyys, varsinkin globaaleissa korporaatioissa. Tässä ajattelumallissa yrityksen ja sen työntekijöiden on ajateltava sitä, miten ne voivat todistaa hyödyllisyytensä paikallisille yhteisöille siellä, missä yrityksellä on tuotantoa tai missä sen tuotteita kulutetaan.

”Ilmiöön liittyy uusia bisnesmahdollisuuksia: uudet tuotteet ja palvelut, uudet hinnoittelumallit, kuluttajien ja yritysten ymmärryksen tai valveutuneisuuden lisääminen!”

T

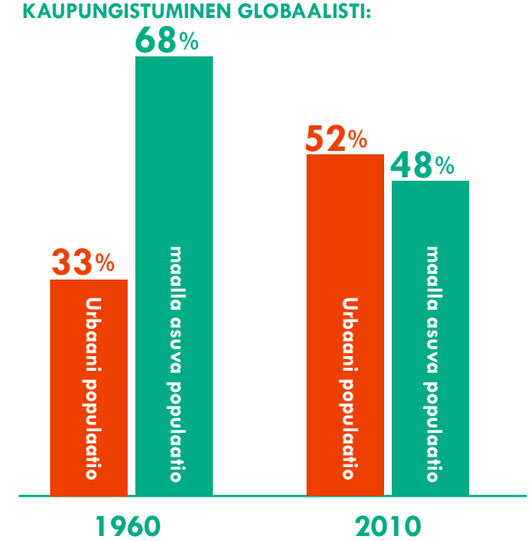
14 Harvard Business Review (2011).

MEGATRENDI 2: MUUTTUVA VÄESTÖ

Länsimaissa keskimääräinen eliniänodote kohosi 1900-luvun aikana yli 30 vuotta, pitkälti kiitos parantuneen terveydenhuollon. Ihmiset elävät yhä vanhemmiksi lähes kaikkialla maailmassa ja enemmistö saavuttaa virallisen eläkeiän. Niinpä etenkin Euroopassa, Japanissa ja Etelä-Koreassa vanhusväestön osuus kasvaa dramaattisesti lähivuosikymmeninä.

KUVA 3:2 GLOBAALI VÄESTÖ

KAUPUNGISTUMINEN GLOBAALISTI:



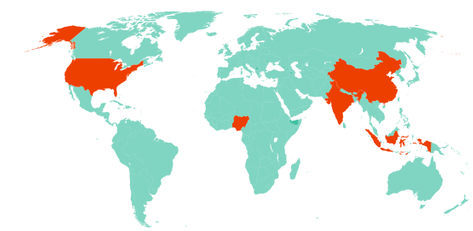
1/9=

2012: Yksi yhdeksästä ihmisestä on yli 60-vuotias.

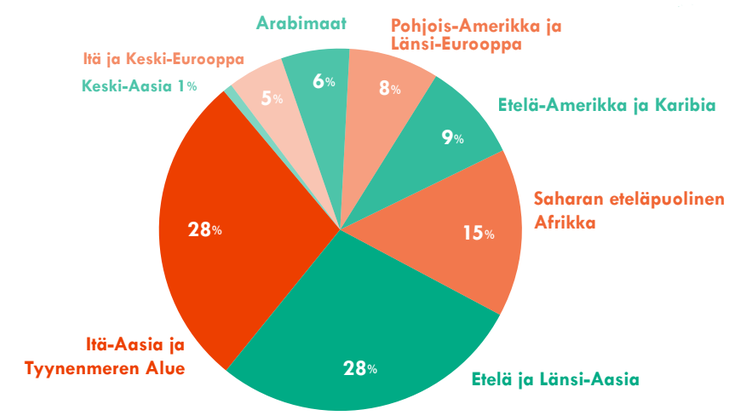
1/5=

2050: Yksi viidestä ihmisestä on yli 60-vuotias.

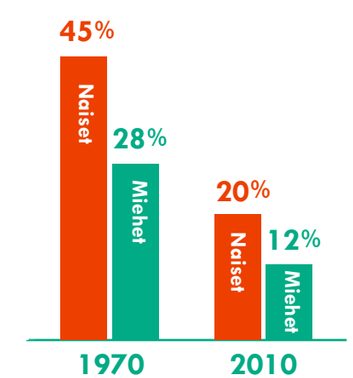
Suurimman kasvun kaupunkiväestössä ennustetaan tapahtuvan seuraavissa maissa: Intia, Kiina, Nigeria, Yhdysvallat ja Indonesia.



YLI PUOLET KOULUIKÄISESTÄ VÄESTÖSTÄ ASUU AASIASSA JA SAHARAN ETELÄPUOLEISESSA AFRIKKASSA:



GLOBAALI LUKUTAIDOTTOMUUS:



Lähteet: UN Population Division Department 2011. World Population Prospects the 2008 revision. New York, 2009. UN Population Ageing and Development 2012, UNESCO World Atlas of Gender Equality in Education,2012.

Kehittyvissä maissa ikäpyramidin peilikuvamainen painottuminen lapsiin ja nuoriin luo globaalisti paineita tulevien vuosikymmenien ratkaisuille. Kun kehitysmaiden maatalouden tuottavuus paranee, on monilapsisten perheiden nuorimpien etsittävä itselleen työtä ja toimeentuloa uusista ammateista, luultavimmin jostain muualta kuin kotiseudulta. Niinpä sadat miljoonat nuoret ovat jatkossa liikkeessä, joko kotimaan kaupunkeihin tai ulkomaille.

Ihmisten liikkuvuudella on yhä enemmän perusteluja ja vähemmän esteitä, vaikka monet Euroopan maat ja Yhdysvallat yrittävätkin yhä suojata työmarkkinoitaan ja ennen kaikkea omia kansalaisiaan liian kovalta kilpailulta rajoittamalla monien ammattiryhmien maahanmuuttoa. Mutta ei väestö liiku pelkästään työn tai paremman elintason perässä. Ihmisiä vetävät kaikkialla maailmassa uusille alueille uteliaisuus ja ihmissuhteet. Suomessakin "tavallinen tarina" maahanmuuttajalle on suomalainen ihastus tai puoliso.

Maailma kohtaa 2000-luvun alkuvuosikymmeninä kahtalaisen väestöhaasteen: Kehitysmaiden kasvava väestö kiihdyttää globaalin muuttoliikkeen uudelle tasolle. Samaan aikaan koko teollistunut maailma – Kiina mukaan lukien – on ikärakenteeltaan vanhempi kuin ikinä ihmiskunnan historiassa. Avoimessa maailmantaloudessa nämä kaksi väestöhaastetta, ikääntyminen ja muuttoliike, koskettavat myös meitä suomalaisia.

Miten muuttuva väestö vaikuttaa työelämän osaamistarpeisiin?

1) Tarpeiden moninaistumisen seurauksena tärkeäksi nousee työntekijän kyky ymmärtää näitä tarpeita ja kehittää niiden pohjalta uusia ja luovia ratkaisuja.

2) Syntyvät uudet tuotannon ja kuluttamisen paikat mm. kehitysmaissa sekä liikkuva työvoima niin maiden välillä kuin niiden sisälläkin vaativat kulttuuristen ilmöiden tunnistamista ja tulkintaa.

Ensinnäkin nykyinen länsimainen työelämä toimii pitkälti 25-55-vuotiaan terveen ihmisen ehdoilla. Perinteisesti myös suurin osa yritysten ja julkisen sektorin tuotteista ja palveluista on suunniteltu ja toteutettu aktiiviväestön edustaja mielessä.

Nyt tämä oletus "prototyyppikäyttäjästä" on tuomittu katoamaan. Eikä pelkästään sen vuoksi, että monien tuotteiden ja palveluiden markkinat ovat muuttuneet globaaleiksi. Kun markkina on globaali, on mahdollista tunnistaa lukuisia hyvin erilaisia tarpeita ja käyttäytymismalleja, joille silti on valtavat käyttäjämäärät maailmanlaajuisesti.

"Palvelusektori tulee kasvamaan, mutta myös muuttumaan. Palveluiden tuotanto tehostuu ja henkilökohtaistuu yhtä aikaa."

T

Toisekseen kyse ei ole vain erilaisten yksittäisten ikäryhmien, etnisten ryhmien tai alakulttuurien tuntemuksesta. Ei ole yksiselitteisesti 75-vuotiaalle sopivaa matkapuhelinta tai keski-aasialaiselle skeittarille sopivaa tapaturmavakuutusta. Siksi eri tarpeiden moninaistumiseen ei voida yrityksissä vastata vain palkkaamalla eri ryhmiä tuntevia asiantuntijoita. Ajatus ryhmistä ei enää riitä. Sen sijaan tarvitaan yhä laajempi joukko ihmisiä, jotka pystyvät tunnistamaan erilaisten ihmisten tarpeita, keskustelemaan tarpeiden eroista kollegojensa kanssa ja kehittämään uusia, luovia ja yksilöllisiä ratkaisuja. Usein myös yhdessä käyttäjien kanssa.

Jos ja kun ihmisten eliniänodote jatkaa kasvuaan, on vaikea ajatella, että ihmiset olisivat enää niin selkeästi joko töissä tai eläkkeellä, ei-töissä. Riippumatta eläkkeiden tasosta ja luotettavuudesta yhä useampi eläkeikäinen tekee tulevaisuudessa tuottavasti merkityksellisiä asioita osana ryhmää tai instituutiota. Työelämä saa uusia variaatioita. Erilaisilla työpaikoilla on erilaisia normeja osin sen

Miten muuttuva väestö vaikuttaa työelämän osaamistarpeisiin?

1) Tarpeiden moninaistumisen seurauksena tärkeäksi nousee työntekijän kyky ymmärtää näitä tarpeita ja kehittää niiden pohjalta uusia ja luovia ratkaisuja.

2) Syntyvät uudet tuotannon ja kuluttamisen paikat mm. kehitysmaissa sekä liikkuva työvoima niin maiden välillä kuin niiden sisälläkin vaativat kulttuuristen ilmöiden tunnistamista ja tulkintaa.

CASE:

LAPPSET
– kaikenikäisten kaupunkilaisten liikuttaja

Arvioiden mukaan yli 60-vuotiaita on vuonna 2050 miltei kaksi miljardia. Yli 60-vuotiaiden määrä maapallollamme kasvaa vikkelämmin kuin minkään toisen ikäryhmän.[15] Maailmanlaajuinen väestön nopea ikääntyminen sekä heidän keskittymisensä kaupunkeihin on ilmiö, joka sekä mahdollistaa että vaatii uusia seniorit huomioonottavia liiketoiminnan ratkaisuja. Länsimaisten lasten liikalihavuus sekä informaatio- ja viestintäteknologian vilkas yleistyminen ovat viime aikoina niin ikään laajasti puhuttaneita ilmiöitä.

Rovaniemeläinen Lappset Group Oy on nähnyt nämä muutokset. Maailmanlaajuisesti menestynyt suomalainen leikkipaikkavälinevalmistaja toimii 41:ssä maassa. Viime vuosina Lappset on laajentanut lasten leikkipuistoista ihmisten hyvinvointia tukeviin ulkoilmapuistoihin – ikään katsomatta. Yksi sen uusista oivalluksista on tarjota vanhuksille vaihtoehto television tuijottamiselle. Lappset on kehittänyt kaupunkien ahtaisiin julkisiin ulkotiloihin ulkoilmapuistojen laitteita, jotka soveltuvat myös vanhuksille. Tulevat seniorit ovat sekä vauraampia että terveempiä kuin edeltäjänsä. Vanhuksen kokonaisvaltainen hyvinvointi vaatii kuitenkin aktiivisen otteen elämään.

Lappset on toimittanut hiljattain yli 600 senioripuistoa Koillis-Espanjaan. Senioripuistoja on 23:ssa maassa niin Aasiassa, Australiassa kuin Espanjassakin. Lappsetin ulkoilmapuistot vastaavat myös yhä tiivistyvien kaupunkitilojen muodostamiin haasteisiin. Pieneenkin tilaan mahtuvat aktiviteettipuistot helpottavat ulkoilman, liikunnan ja sosiaalisten kontaktien äärelle pääsyä. Lappset kartoittaa tutkimustyöllään tulevia suuria liikkumisen, leikkimisen ja oppimisen trendejä. Dynamic Garden -hankkeessa tavoitellaan esteettömän, korkeatasoisesti muotoillun ja teknologialla laajennetun ulkoilmapuiston luomista. Dynamic Gardenin innoittajina ovat väestön ikääntyminen ja perheiden vähentynyt yhdessäoloaika.

Lappset on lisäksi huomannut, että älypuhelimet ja pelit vievät aikaa lasten liikkumiselta. Näihin haasteisiin vastatakseen Lappset on kehittänyt virtuaalioppimisen menetelmiä ulkoilmapuistoissaan. Lappset on yhdistänyt oppimiseen pelillisyyden, leikin ja teknologian.
SmartUs liikunta- ja oppimisympäristön puistoissa leikkivät ja liikkuvat lapset voivat oppia yhdessä internet-pelaamisen kautta. SmartUs-puiston voi muodostaa yhdeksästä erilaisesta ja eri ikäisille lapsille soveltuvasta pelistä. SmartUs-puistoja on tällä hetkellä 19 maassa. Eri maissa sijaitsevien puistojen käyttäjät voivat halutessaan pelata toistensa kanssa ja kilpailla toisiaan vastaan internetin välityksellä.

Vuonna 2011 Lappset työllisti 308 henkilöä. Leikki- ja liikuntapaikkavälineiden lisäksi Lappset myy piha-, puisto- ja kadunkalusteita. Reilu kaksi kolmasosaa yrityksen liikevaihdosta tulee ulkomailta. Vuonna 2011 Lappsetin liikevaihto oli 46,5 miljoonaa euroa ja liikevoitto 1,1 miljoonaa euroa.

15 World Health Organisation (2012).

suhteen, minkä ikäisiä ja minkä taustaisia ihmisiä siellä kulloinkin on. Ei ole enää keski-ikäisen valtakulttuurin edustajan ehdoilla tehtyjä sääntöjä. Samalla nousee uusi osaamistarve, joka liittyy joustavuuteen ja kykyyn ymmärtää työtovereiden tarpeet ja sopeutua hyvin erilaisten yhteisöjen normeihin.

Kolmanneksi kehitysmaiden voimakas kaupungistuminen synnyttää uudenlaista kulttuurin variaatiota, ihan samalla tavalla kuin kaupungistuminen sai aikaan nopean, uudenlaisten kulttuuri-ilmiöiden purskahduksen Euroopassa ja Yhdysvalloissa 1800- ja 1900-luvuilla. Syntyy kokonaan uusia tuotannon ja kuluttamisen alueita ja paikkoja, joissa on osin omat, ennestään tuntemattomat kulttuuriset ilmiönsä. Kaupunki- ja kulutuskulttuuri syntyvät ensimmäistä kertaa moniin Aasian ja Afrikan osiin. Yhtälailla monissa länsimaiden kaupungeissa alueet muuttuvat radikaalisti, kun uudet maahanmuuttajaryhmät tuottavat fuusionsa omasta, alueen ja globaalista kulttuurista.

Kansainvälinen osaaminen on näiden uusien, väestömuutoksen vauhdittamien kulttuuristen ilmöiden tunnistamista ja tulkintaa. Se ei ole enää vain perinteisten kulttuurien käyttäymisnormien opettelua tai globaaleja bisneskäytäntöjä. Kansainvälinen osaaminen on uteliaisuutta sellaista kohtaan, jolla ei ole traditionaalisia kulttuurin symboleita (taiteen merkkiteokset, merkkihenkilöt) mutta sitäkin enemmän, intoa, elinvoimaa, amatöörimäistä tekemistä ja uutta ja ennenkokematonta.

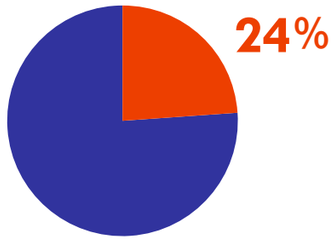
MEGATRENDI 3: GLOBAALI TALOUS

Elimme Euroopassa 1900-luvun lopulle saakka jälkikolonialistisen harhan vallassa. Tämä harha sai meidät ajattelemaan, että globaali talous on ennen kaikkea halvempia, matalampien tuotantokustannusten maissa tuotettuja kulutushyödykkeitä ja toisaalta uusia kasvavia markkinoita yritystemme tuotteille. Tältä se saattoikin näyttää, kun nopeat globaalit tuotanto- ja jakeluverkot toivat mukanaan tavarantuotannon marginaalikustannuksien dramaattisen laskun.

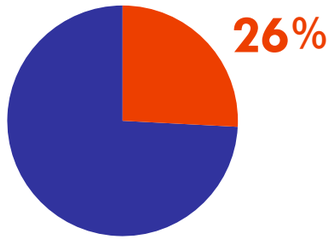
Nyt elämme talouden globalisaation toista vaihetta. Globaalit markkinat eivät enää ole perinteisten teollisuusmaiden ja maanosien kontrolloima ilmiö. Kehittyvissä maissa on yksinkertaisesti enemmän potentiaalia – työvoimaa ja tyydyttämättömiä tarpeita. Kyse ei ole enää siitä, että ihmiskunnan vauraan osan tavarat tuotetaan edullisen tuotannon maissa. Kyse on monimutkaisesta tuotannon ja kulutuksen verkostosta.

KUVA 3:3 GLOBAALI TALOUS

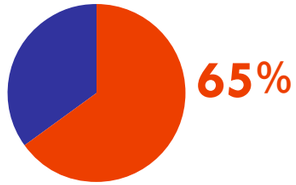
RAHOITUSMARKKINOIDEN OSUUS KOKONAISTALOUDESTA



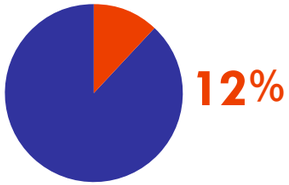
2012



Ennustus 2017

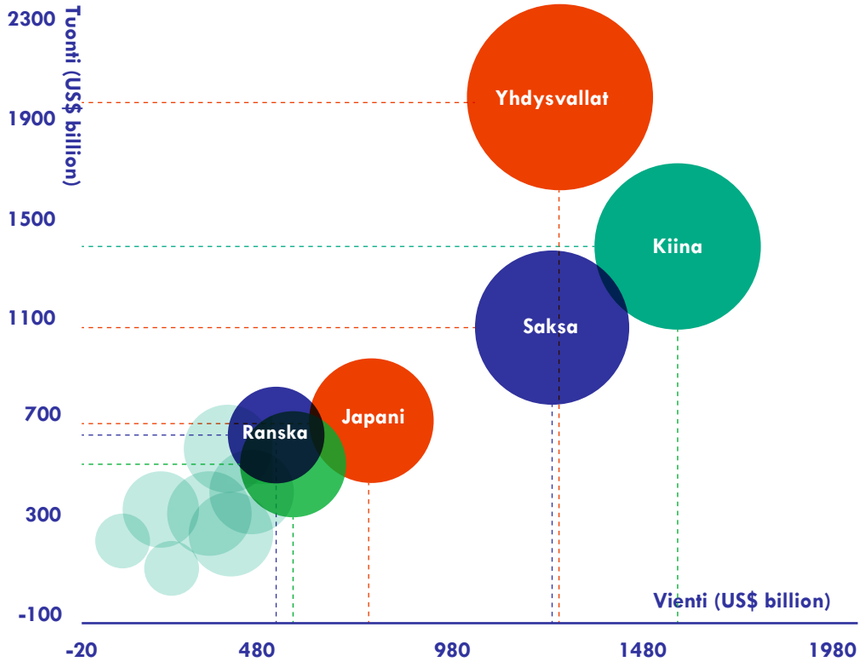


Osuus EU:n myyntitavaran viennistä, joka meni EU-maihin vuonna 2010.



Osuus Afrikan myyntitavaran viennistä, joka meni Afrikan-maihin vuonna 2010.

ENITEN KAUPPAA KÄYVÄT MAAT 2010



Lähteet: World Trade Organization International Trade Statistics 2011, International Monetary Fund.

Globaali talous ei kuitenkaan ole vain tarpeiden ja niiden tyydyttämisen, tuotannon ja kuluttamisen välistä dialogia. Se on paljon monitasoisempi ilmiö, johon kuuluvat mm. valtaviin mittoihin kasvaneet rahoitusmarkkinat (kts. kuvio ed. sivulla) ja valtioiden monin tavoin tekemät interventiot markkinoille. Tavaravirtojen ja -kaupankäynnin globaalissa taloudessa kyse on myös kompleksisesta joukosta erilaisia finanssituotteita, valtioiden omistuksista ja veloista sekä erilaisille yrityksille poliittisilla keinoilla luoduista etuoikeuksista ja esteistä. Vaikka globaali talousjärjestelmä on toiminut elintason nousun ajurina monissa maissa, näyttäytyy se kompleksisuudessaan yhä suuremmalle osalle ihmisistä täysin irrationaalisena pelinä, joka uhkaa kokonaisten yhteiskuntien vakautta ja yksilöiden hyvinvointia.

Monilla aloilla merikuljetuksista investointipankkeihin ja tietokonepeleihin markkinat keskittyvät yhä vahvemmin muutamien suurten ja muihin nähden ylivertaisten globaalien toimijoiden käsiin. Toisaalta informaation vapaa liikkuminen ja globaali kulttuuri tarjoavat monille marginaaliseksi koetuille toimijoille pääsyn globaaleille markkinoille ja syömään prominenttien toimijoiden markkinaosuuksia. Ajatellaanpa vain vaikkapa monia mediatuotteita, muotia tai kulutuselektroniikkaa. On vaikeaa väittää tämän ison kuvion olevan kenenkään "hallussa", kun informaatio liikkuu äärettömän nopeasti ja toimijoita markkinoilla yksinkertaisesti kertaluokkaa enemmän kuin aiemmin.

Globaalit riippuvaisuussuhteet moninaistuvat. Historiallisten havaintojen mukaan protektionismi on vahvistunut heikon taloustilanteen myötä. On mahdollista, että nykyisen globaalin talouden kriisi johtaa uudenlaisten protektionististen käytäntöjen muodostumiseen ja valtioiden suurempaan rooliin yritysten omistajina. Jo nyt suurimpien energiayritysten listalle mahtuu merkittävä määrä valtio-omisteisia öljy- ja kaasufirmoja.

Kansallisvaltioiden aikaan tuskin on paluuta, vaikka paikkaisuus voimistuu. Paikkaisuus on eri asia kuin paikallisuus tai kansallisuus. Se tarkoittaa, sitä, että uudet teknologiat linkittyvät fyysiseen ympäristöön ja mielenkiintoisimmat teknologiset sovellukset käyttävät uusia teknologioita ottaakseen paikalliset ominaispiirteet ja resurssit paremmin huomioon. Myös luonnonresurssien niukkeneminen lisää paikkaistumista – sen sijaan, että kaikkialla käytettäisiin esimerkiksi samoja teknologioita, tullaan tulevaisuudessa näkemään paikallisia resursseja enemmän hyödyntäviä paikallisteknologioita.

Miten globaali talous vaikuttaa työelämän osaamistarpeisiin?

1) Menestyjiä ovat ne, jotka löytävät syntymässä olevia markkinoita. Siinä auttavat työntekijöiden uteliaisuus ja kyky kyseenalaistaa totunnaisuuksia – ei pelkkä vieraiden kulttuurien tunteminen.
2) Yritykset kestävät oman aikansa – siksi työmarkkinoilla korostuu yksittäisten taitojen sijaan työntekijän kyky muuntaa omaa osaamistaan ja siirtyä johonkin uuteen, jos olosuhteet ympärillä niin edellyttävät.
3) Yhteistyökyky korostuu – sekä työntekijällä että yrityksellä sen mahdollistajana.

Globaali talous näyttäytyy meille kahdella tavalla: toisaalta se on ihmiskunnan erilaisia tarpeita ennennäkemättömällä tehokkuudella palveleva ja paikallisen tehottomuuden saarekkeita parantava hyvinvoinnin lisääjä, toisaalta se on ennustamattomuutta ja inhimillistä epävarmuutta lisäävä, kompleksinen ja jopa tuhoava voima. Globaali talous tarkoittaa, että jokainen siihen osallistuva alue ja yritys on mukana jatkuvassa tuottavuuskilpailussa, jossa omaa kilpailukykyä on jatkuvasti kyettävä parantamaan. Ainoa pysyvä ja vahva reitti tähän ovat innovaatiot ja niiden mahdollistama uusiutuminen.

Mutta kyse ei ole yhden sarjan kilpailusta. Yritysten ja ihmisten, eli osaajien pitää keksiä oma tiensä, oma sarjansa. Globaalissa taloudessa esiin nousee lukematon määrä uudenlaisia, usein tyydyttämättömiä tarpeita, joiden tyydyttämistä on aiemmin pidetty liiketoiminnallisesti epäkiinnostavana, eikä markkinaa tai kilpailua siksi ole. On etäisiä, harvaanasuttuja tai köyhiä alueita, joiden tarpeita

Miten globaali talous vaikuttaa työelämän osaamistarpeisiin?

1) Menestyjiä ovat ne, jotka löytävät syntymässä olevia markkinoita. Siinä auttavat työntekijöiden uteliaisuus ja kyky kyseenalaistaa totunnaisuuksia – ei pelkkä vieraiden kulttuurien tunteminen.

2) Yritykset kestävät oman aikansa – siksi työmarkkinoilla korostuu yksittäisten taitojen sijaan työntekijän kyky muuntaa omaa osaamistaan ja siirtyä johonkin uuteen jos olosuhteet ympärillä niin edellyttävät.

3) Yhteistyökyky korostuu – sekä työntekijällä että yrityksellä sen mahdollistajana.

CASE:

TIKAU
– vastuullista bisnestä nykyajan yksilöille

Vanha loru väittää, että tuotteen tuotantoprosessi on niin monivaiheinen, että esimerkiksi työooloja on mahdoton valvoa. Se ei ole totta. Enenevissä määrin ihmiset ovat alkaneet pitää arvossaan tuotteita, joiden alkuperä on tiedossa. Jussi Nyrhinen ja Terhi-Anna Wilskan tutkimustulosten mukaan materialistisen ja statushakuisen kulutuksen rinnalle on Suomessa kehittymässä vastuullisen kulutuksen muoto, jossa on piirteitä luksuskulutuksesta. Kyseinen kulutustyyli nojaa myös ekologisuuteen, eettisyyteen ja autenttisuuteen.[17]

Suomalainen Tikau iskeekin tähän saumaan. Taina Snellman on aloittanut Tikaun konseptin kehittämisen kahdeksan vuotta sitten. Virallisesti yritys on kuitenkin aloittanut toimintansa vuonna 2009, jolloin Tikaun ensimmäinen mallisto lanseerattiin. Tikau myy käsityönä Intiassa tehtyjä kodin sisustustuotteita ja asusteita. Tuotteet ovat pääosin luonnon raaka-aineista ja kierrätysmateriaaleista valmistettuja. Olennaista Tikaun konseptissa on, että jokainen sisustustuote ja asuste on yksilöllinen ja sisältää tekijän nimikirjaimet. Tavoite on intialaisen käsityöperinteen tukeminen, ihmisten työllistäminen heidän kotikylissään sekä käsityöläisten kouluttaminen. Sosiaalinen ja ympäristöllinen kestävyys ovat tärkeitä. Tikau on hindin kieltä ja tarkoittaa kestävyyttä ja pitkäjänteisyyttä.

Snellman suunnittelee Tikaun tuotteet yhdessä käsityöläisten, järjestöjen ja muiden paikallisten yhteistyökumppaneiden kanssa. Yritys työllistää Intiassa Orissassa, Karnatakassa, Kashmirissa, Gujaratissa ja Länsi-Bengalissa 134 käsityöläistä. 70 prosenttia tästä joukosta on naisia ja 30 prosenttia miehiä. Tikaulla on lisäksi toimisto Delhissä. Kaikki työntekijät eivät työskentele kokopäiväisesti, sillä heidän on tehtävä myös peltotöitä ja kotitaloustöitä. Suomessa palkkaa maksetaan 2-3 kokopäiväiselle ja muutamille osa-aikaisille työntekijöille. Tikaulla on jälleenmyyjiä Japanissa, USA:ssa, Ranskassa ja Englannissa. Ensi vuonna Tikaun tuotteita saa myös yrityksen toisesta kotimaasta Intiasta.

Tikau toimii Intiassa alueilla, joissa elämän perusasiat ovat hyvin puutteellisia. Tikaun kylkeen onkin perustettu Tikau Share ry, joka tukee Tikau-alueiden perusinfrastruktuuria. Snellman kertoo yhdistyksen perustamisen olleen välttämätöntä, jotta käsityöläiset voivat antaa täyden työpanoksensa. Yhdistys perustettiin juridisten syiden vuoksi, sillä humanitääristä työtä ei voi liittää osaksi yrityksen toimintaa.

Tikaun tavoitteena on luoda viiden vuoden sisällä monistettavissa oleva toimintamalli, ns. Nosta yhteisö –käsikirja, jota muutkin yritykset voivat käyttää. Se kannustaa yrityksiä toimimaan köyhillä alueilla, joissa peruspalvelut ovat vähäiset.

Snellmanin omien kokemusten mukaan tuotteiden vastuullisuus on aito myyntivaltti Suomen markkinoilla, mutta ulkomaisille asiakkaille tuotteen ulkonäkö on ehdoton ykkönen. Vastuullisuus on heille kiva plussa, mutta ei millään tavoin olennainen osa ostopäätöstä. Tikaun asiakaskunta koostuu mm. sellaisista kuluttajista, jotka seuraavat aktiivisesti blogeja ja etsivät kiinnostavia tuotteita verkosta.

Tällä hetkellä Tikaun myynnistä 70 prosenttia tulee kotimaan markkinoilta ja 30 prosenttia ulkomailta. Snellman sanoo Tikaun tavoittelevan hillittyä kasvua. Se tarkoittaa, että tulevaisuudessa käsityöläisiä on mahdollista työllistää tulevaisuudessa 500. Raja on tärkeä, sillä Tikau pyrkii tuntemaan jokaisen työntekijänsä.

17 Jussi Nyrhinen, Terhi-Anna Wilska (2012) Kohti vastuullista ylellisyyttä? Eettiset ja ekologiset trendit sekä luksuskulutus Suomessa.

palvelemaan joku yritys yllättäen keksii uudenlaisen jakelukanavan tai liiketoimintamallin. On ihmisryhmiä, joita mikään yritys ei ole kunnolla noteerannut tai pitänyt sen ostovoimaa liian vähäpätöisenä, kunnes sitten joku ymmärtää tavan palvella näitä ihmisiä ja tehdä heistä lojaaleja asiakkaita.

Tällaisten uusien markkinoiden synnyttämistä edeltää uteliaisuus uutta ja tuntematonta kohtaan ja kyky kyseenalaistaa totunnaisuuksia. Näiden ominaisuuksien kanssa yhdessä liikkuu kyky tarttua kiinnostaviin asioihin, jotka aiemmassa katsannossa tuntuivat pelkiltä kuriositeeteilta. Uudella kansainvälisellä osaajalla on kiinnostus hyvin erilaisten ihmisten tapoihin toimia. Tällaisesta uteliaisuudesta ja rohkeudesta syntyy into kokeilla ja myös erikoistua tuotteisiin, käytäntöihin, ihmisiin ja markkinoihin, joihin ei perinteisen ymmärryksen valossa kannattaisi erikoistua.

Mutta globaalissa taloudessa yritykset ja työpaikat eivät ole syntyneet kestämään ikuisesti. Merkittävä osa yrityksistä häviää tai fuusioidaan, työpaikkoja ja ammatteja häviää jatkuvasti uusien osaamisen alojen raivatessa ne tieltään. On olemassa kapean ammatillisen osaamisen muotoja, joilla on selkeät kansainväliset osaamismarkkinat.
Näitä ihmisiä rekrytoidaan globaalista yrityksestä toiseen. Mutta toisaalta lähes mikä tahansa ammatti tai osaamisen muoto voi menettää hyvinkin nopeasti arvonsa teknologian kehittyessä. Tällaista kehitystä vastaan olemme kaikki suojattomia, jos miellämme osaamisemme vain kapean ammatillisesti.

”Systeemisen analyysin merkitys kasvaa monissa työtehtävissä. Toimintaympäristön hahmottaminen on tärkeämpää ja vaikeampaa – työt ja työnkuvat epävarmoja ja muuttuvia.”

Maailmankuulun työn ja työyhteisöjen tutkijan Richard Sennettin mukaan työmarkkinoilla korostuu yksittäisten taitojen sijaan työntekijän potentiaali: potentiaali muuntaa omaa osaamistaan ja siirtyä johonkin uuteen jos olosuhteet ympärillä niin edellyttävät. Sennettin 1960- ja 70-luvuilla tutkimilla yhdysvaltalaisilla teollisilla työpaikoilla oli vahva sosiaalinen rakenne, johon kuuluivat kollegiaalisuus ja solidaarisuus vertaisten kesken (ulottuen jopa alkoholisoituneisiin, “huonoihin” työkavereihin) ja tasapainoinen, keskinäiseen arvostukseen ja yhteistyöhön perustuva asetelma esimiesten ja työntekijöiden välillä. Sennettin mukaan tällaiset yhteistyön rakenteet loistavat nykyään poissaolollaan monilta työpaikoilta.

Sennett peräänkuuluttaa uusimmassa kirjassaan Together[16] yhteistyön arvon palauttamista ja uudenlaisten yhteistyön muotojen synnyttämistä työelämään. Ilman parempaa ymmärrystä yhteistyöstä ja sen mahdollisuuksista olemme tuomittuja entistä turvattomampaan ja turhauttavampaan työelämään. Globaalin talouden on pystyttävä tarjoamaan eri alojen osaajille mielekkäitä reittejä toteuttaa ja kehittää omia taitojaan. Yhden tason tässä merkityksellisyydessä tarjoaa lupaus oman työn merkityksestä ympäröivälle yhteiskunnalle. Tästä jalostunein muoto on se, jossa työntekijä ymmärtää olevansa työllään ratkaisemassa viheliäisimpiä globaaleja ongelmia. Mutta tämäkään ei riitä, ellei oman tekemisen kehittämiselle yhteistyössä muiden osaajien kanssa ole edellytyksiä.

16 Richard Sennett (2012) Together: The Rituals, Pleasures and Politics of Co-operation.

MEGATRENDI 4:
TEKNOLOGINEN PLANETARISMI

Jos 1900-luku oli teknologian vuosisata, on 2000-luku sen nopeutumista ja demokratisoitumista. Edellisen vuosisadan aikana massatuotanto ja kulutustavarat levisivät ympäri maailmaa. Vuonna 2013 teknologia on lähes kaikkialla. Enää kyse ei ole pelkästään tuotannosta, logistiikasta tai myymisestä missä päin maailmaa tahansa. Internet toi palvelut ja kuluttajat mukaan tuotantokoneistoon. Teknologian fasilitoima talous on koko ajan nopeampaa ja yhä useammin myös vertaisten välistä toimintaa. Monelle tähän globaaliin järjestelmään kuuluminen on arkea. Sosiaalinen media on jatkuvasti merkittävämpi foorumi niin henkilökohtaisten kuin ammatillistenkin asioiden tekemisen. Menestys vaatii ymmärrystä sekä kansallisesta että globaalista teknologisesta rajapinnasta. Se on sekä muun maailman innovaatioiden tulkitsemista että arvon viemistä kansainvälisille markkinoille.

KUVA 3:4 GLOBAALI INTERNET

INTERNETIN KÄYTTÄJIÄ MAAILMASSA:

5%

KOKO MAAILMA 2000
360 985 492 käyttäjää
Joulukuu 2000

34.3%

KOKO MAAILMA 2012
2 405 518 376 käyttäjää
Kesäkuu 2012

89.4%

SUOMI 2012
4 703 480 käyttäjää
Kesäkuu 2012

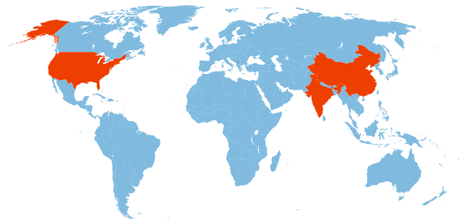
FACEBOOKIN KÄYTTÄJIÄ MAAILMASSA:

13.4%

KOKO MAAILMA 2012
937 407 108 käyttäjää
Syyskuu 2012

42.2%

SUOMI 2012
2 218 960 käyttäjää
Syyskuu 2012



VÄKIRIKKAIMMAT MAAT:

1. Kiina

1 344 130 000

2. Intia

1 241 491 960

3. Facebook

835 525 280
Maaliskuu 2012

4. USA

311 591 917

Lähteet: Internetworld stats.com, theworldbank.org.

Teknologia on alusta globaalille kulttuurille. Se on osa sitä miten elämme, liikumme, syömme ja viestimme. Aluksi teknologia mahdollisti laajemman liikkuvuuden ja tehokkaamman tuotantokoneiston. Nyt se on osa arkeamme. Kaikki maapallon asukkaat eivät vielä ole näiden uusien teknologioiden piirissä, mutta yhä useammat ovat.

Suomessa tämä on viime vuosina näyttäytynyt erityisesti startup-kentän nousuna. Ennen kaikkea Aalto Entrepreneurship Societyn kaltaisten verkostojen työ suomalaisen pienyrityskentän merkityksen näyttäjänä on ollut tärkeää. Aloittava kasvuyritys on monella ensimmäistä kertaa aito ja mielekäs mahdollisuus työllistää itsensä. Ja ensimmäisessä vaiheessa startupit ovat painottuneet juuri teknologiaan.

Tämä tarkoittaa, että Suomessa vuonna 2013 käynnistyvä startup-yritys näyttää todennäköisesti aivan samalta kuin yhdysvaltalainen kilpailijansa. Yhdentyvä teknologia tarkoittaa, ettei ole mielekästä rakentaa palvelua enää vain suomalaiselle yleisölle, kun on mahdollista tavoitella koko maailmaa yleisönä. Käytämme samoja palveluita riippumatta siitä missä päin maailmaa asumme.

Paras esimerkki tästä on Facebook. Maailman suosituimmalla sosiaalisella medialla on yli 900 miljoonaa käyttäjää. Se on siis maailmaan kolmanneksi väkirikkain valtio! Se on globaali tapa kommunikoida, vuorovaikuttaa. Vaikka ystävät olisivatkin yhdestä ja samasta maasta, on käyttöliittymä yhteinen ja jaettu. Globaalin kulttuurin käyttö ja sinne tuottaminen onkin monelle arkea.

Teknologiateollisuus on ollut suomalaisen yhteiskunnan merkittävä ajuri 1990-luvulta lähtien. Mitä pidemmälle 2000-luvulle on menty, sitä varmemmin muut maat ovat saaneet Suomea kiinni tietoyhteiskuntakehityksessä. Nokia on menettänyt aseman globaalisti merkittävänä mobiili-innovaattorina ja sen tilalle tulleet Apple ja Samsung näkyvät nyt monessa suomalaisessa perheessä. Teknologinen kehitys mahdollisti ensin ylikansalliset yritykset ja globaalin talouden. Nyt edessämme on seuraava globalisaation vaihe eli teknologisen planetarismin aika.

Viime vuosina ovat kehittyneet erityisesti tieto- ja viestintäteknologiat. Tulevina vuosikymmeninä saattaa olla nanoteknologian aika tai kenties kuluttajien 3d-printtauksen vallankumous. Näemmekö maailman, jossa jaetaan eräänlaisia globaaleja kaavioita tuotteista, jotka kuka tahansa voi printata kotonaan? Elämme nyt yhtenäisessä informaatioverkossa, jonka valokuidun kaltaiset innovaatiot ovat mahdollistaneet. Onko seuraava vaihe vielä syvempi osaamisen ja tiedon vaihto? Tekniikan kieltä puhutaan kaikilla mantereilla, mikä helpottaa työntekoa missä tahansa maassa. Aiemmin taloudessa näkymättömät alueet vaurastuvat ja pääsevät käsiksi yhä monimutkaisempaan teknologiaan. Informaation tuotanto tapahtuu yhä vähemmän perinteisissä teollisuusmaissa.

Teknologista planetarismia vievät eteenpäin sekä materiaalinen tekijä – internetin ja muiden teknologisten järjestelmien levittäytyminen – että aatteellinen tekijä: yhä suurempi joukko ihmisiä kokee olevansa maailmankansalaisia, jotka tekevät asioita eivät tietyn kansakunnan vaan vertaistensa hyväksi tai heidän kanssaan. Uudella sukupolvella, nettinatiiveilla, on uudenlainen kokemus maailman rakentumisesta ja siinä toimimisesta.

"Teknologian käyttö, kuten yhteiset ohjelmat, muokkaavat ja ohjaavat ajattelua. Muodostuu yhteinen kieli."

T

Massojen viisauden tunnustaminen saa ihmiset tekemään yhdessä muiden kiinnostuneiden kanssa riippumatta kansallisuuksista tai instituutioista. Tietokone, taulutietokone tai älypuhelin on pelkästään käyttöliittymä pilvipalvelimessa sijaitsevaan tietoon. Monet globaalit yhteisöt toimivat näillä palvelimilla sijaitsevien tiedostojen ja tiedon ympärillä.

Miten teknologinen planetarismi vaikuttaa työelämän osaamistarpeisiin?

1) Yhä useamman pitää hallita globaalit teknologiastandardit – joita ovat nykyään myös erilaiset wikit ja muut yhteistyötavat.
2) Tämä tarkoittaa, että useampi työntekijä yrityksen sisällä voi osallistua keksimään tapoja tuottaa lisää arvoa yritykselle – esimerkiksi blogaavan kokemuksistaan ja jakavan niitä kanssatyöntekijöilleen.

Riippumatta siitä, onko työntekijä luovalla sektorilla vai rakentamassa jarrujärjestelmiä ABB:n tehtaalla, on globaaleiden teknologioiden hallinta edellytys työssä menestymiseen. Siinä missä graafisen suunnittelijan odotetaan hallitsevat InDesign-ohjelmiston uusimmat versiot, täytyy ABB:n tehdastyöläisen parhaimmillaan hallita useampi globaali teknologiastandardi. Usein emme vain ajattele näitä teknologioita globaaleina.

Miten teknologinen planetarismi vaikuttaa työelämän osaamistarpeisiin?

1) Yhä useamman pitää hallita globaalit teknologiastandardit – joita ovat nykyään myös erilaiset wikit ja muut yhteistyötavat.

2) Tämä tarkoittaa, että useampi työntekijä yrityksen sisällä voi osallistua keksimään tapoja tuottaa lisää arvoa yritykselle – esimerkiksi blogaavan kokemuksistaan ja jakavan niitä kanssatyöntekijöilleen.

CASE:

ROVIO
- Globaalin mobiilipelimarkkinan hallitsija

Suomalainen peliyhtiö Rovio kertoi toukokuussa 2012, että sen pelejä on ladattu miljardi kertaa. Yhtiön uusin julkaisu ampaisi Yhdysvaltain ladatuimmaksi peliksi Applen App Storessa kolme tuntia lanseerauksensa jälkeen ja latauslistojen ykkössijoja on haalittu kymmenissä maissa Rovion aiemmillakin peleillä. Vuonna 2003 perustettu Rovio ehti julkaista viitisenkymmentä peliä ennen kuin läpimurtopeli Angry Birds johdatti yhtiön maailmanmaineeseen noin kolme vuotta sitten. Sillä välin ehti syntyä digitaalisen jakelun, globaalin verkon ja mobiiliteknologian yhdistelmä, joka on mullistanut arvoketjun.

Tuotannon mutkat ovat suoristuneet. Perinteinen moniosainen arvoketju perustuu fyysiseen jakeluun ja selkeään roolijakoon pelinkehittäjän, julkaisijan, jakelijan ja jälleenmyyjän välillä. Kuviota määrittävät jakelun ja markkinoinnin vaatimat mittavat kustannukset ja työpanokset, jotka kattaakseen julkaisija lohkaisee mahdollisesta voittokakusta suuren palan. Digitaalisuuteen perustuvassa arvoketjussa jakelija-vähittäiskauppa-porrasta ei enää tarvita. Pelit tehdään suoraan tietylle päätelaitteelle ja jaellaan päätelaitekohtaisten kanavien kautta. Mobiililaitteet ovat tuoneet peliyhtiöille uuden suoran jakelukanavan: sovelluskaupan. Sitä kautta sellaisetkin kehittäjät, joilla ei ole suhteita isoihin julkaisijoihin, voivat nousta menestykseen. Tieto- ja viestintäteknologian kehittymisen vuoksi audiovisuaalisia sisältöjä on helppo siirtää ja liikuttaa maailmanlaajuisesti. Peli tai muu tuote altistuu globaalille kilpailulle automaattisesti.

Pelialustat ja jakelukanavat monipuolistuvat. Samalla yhä useampi viettää vapaa-aikaa verkossa ja käyttää mobiiliteknologiaa. Audiovisuaaliset tuotteet löytävät yleisönsä yhä nopeammin paitsi helpon saatavuuden, myös verkostojen ansiosta, kun pelaaminen yhdistyy verkkopohjaisiin yhteisöihin kuten Facebookiin. Angry Birds käyttää Facebookia ollakseen entistä sosiaalisempi ympäristö, kun pelaajat haastavat toisiaan ja tulokset tehdään näkyviksi verkostoissa. Pelin Facebook-sovellus julkaistiin Indonesian pääkaupungissa Jakartassa ja lanseerauspaikalle oli syynsä. Jakartassa on 17 miljoonaa Facebook-tiliä – suhteessa enemmän kuin missään muussa maailman kaupungissa.

Vuonna 2012 Rovio sijoittui sijalle 23, kun yhdysvaltalainen Business Insider listasi maailman arvokkaimpia kasvuyrityksiä. Rovion henkilökunta on kasvanut kolmessa vuodessa 28 henkilöstä noin viiteen sataan. Yritys on esimerkki siitä, kuinka uusi arvoverkko on ymmärretty oikein.

Aikamme suurin yksittäinen kasvu on informaation määrän kasvu. Joka viiden vuoden välein olemassa olevan informaation määrä kymmenkertaistuu. Harvardin yliopiston professori Yochai Benkler on osoittanut[18], että informaatioteknologian läpitunkevuus nostaa ihmisten kykyä osallistua arvonmuodostukseen. Kuka tahansa voi perehtyä käytännössä mihin tahansa asiaan. Tästä pitävät huolen jaetut lähdekoodit, wiki-maailma ja vertaistuotantona kehitetyt tuotteet. Benkler havaitsi, että vertaistuotanto ei ole ole ainoastaan tuotantomuodoltaan ja ”tehokkuudeltaan” erilainen tuotantotapa, vaan se muuttaa perusteellisemmin sekä tuotantoa että kulutusta. Kuluttajien sijaan ihmisistä tulee sisällön tuottajia, jolloin ihmisten omat arvot ja kokemukset vaikuttavat tuotantoon – ne näkyvät tuotannossa aiempaa voimakkaammin ja ”demokratisoivat” tuotannon. Tuottaja on yhtäaikaa kuluttaja. Toiminta perustuu usein vapaaehtoisuuteen ja yhteisiin tavoitteisiin. Kuka tahansa voi osallistua ja tuotokset jaetaa usein kaikille. Vanhat tuotanto- ja hallintamallit saavat erittäin kilpailukykyisen vaihtoehdon. Vertaistuotanto haastaa sekä suunnitelmatalouden että avoimien markkinoiden kilpailumallin.

Tämä tarkoittaa, että useampi työntekijä yrityksen sisällä voi osallistua esimerkiksi keksimään tapoja tuottaa lisää arvoa yritykselle. Useat yritykset haluavat työntekijöiden blogaavan kokemuksistaan ja jakavan tuntemuksiaan kanssatyöntekijöilleen. Innovaatio voi tulla mistä tahansa, oli kyse sitten pienestä kylästä Keniassa tai pk-yrityksestä Suomessa. Uudet ajatukset ja ratkaisut leviävät nopeammin kuin koskaan ja niitä sovelletaan jatkuvasti uusissa paikoissa. Eniten tästä hyötyvät alle kahden dollarin päivätuloilla toimeen tulevat eli “bottom of the pyramid” -joukko. Ne viisi miljardia, jotka eivät aiemmin ole voineet teknologiasta hyötyä.

Teknologian ollessa yhä globaalimpaa ja sen kehityksen nopeampaa on myös teknologiaosaaminen tärkeä osa monen työpaikan arkea. Oli kyse sitten julkisen sektorin ohjelmistohankinnoista tai teleoperaattorin asiakaspalvelujärjestelmästä, oikeanlainen osaaja voi auttaa löytämään parhaiten yritykselle sopivan palvelun. Nämä osaajat ovat arvokkaita. Yritys voi säästää tuhansia euroja tai saada kilpailuedun ymmärtämällä ottaa käyttöön uusimmat palvelut. Globaalit teknologiaosaajat hallitsevat standardit ja soveltavat niitä taitavasti työhönsä.

3.4 Mahdollisuus suomalaiselle työelämälle

Tässä luvussa kuvattujen neljän megatrendin vaikutukset tuntuvat kaikilla toimialoilla. Ne vaikuttavat siihen arkeen, jonka työntekijät eri aloilla tulevat kohtaamaan tulevina vuosina ja usein jo tänä päivänä. Megatrendit vaikuttavat toisaalta siihen, miten organisaatioiden kannattaa suunnata toimintaansa ja toisaalta työntekijöiden arkipäivään.

Siinä missä 1900-luvulla saatettiin ratkaista yksinkertaisia ja suoraviivaisia ongelmia, ovat ongelmat 2010-luvulla luonteeltaan viheliäisiä ongelmia. Niiden ratkaiseminen vaatii muun muassa systeemistä ymmärrystä ratkaistavasta asiasta: yhtä patenttiratkaisua ei ole olemassa, vanhat ratkaisumallit eivät kelpaa, eivätkä ne korjaudu ajan myötä.

Megatrendien tunnistaminen, niiden vaikutusten ymmärtäminen ja toisaalta viheliäisiin ongelmiin vastaaminen ovat menestystekijöitä kaikille organisaatioille. Oli kyse sitten varautumisesta nouseviin kuljetuskustannuksiin tai väestönmuutoksesta seuraavien kysynnänmuutosten tunnistaminen, yhteys toimintaan on selvä.

Luvussa neljä analysoimme miten kansainväliset osaajat ovat keskeisiä yritysten kilpailukyvyn kannalta silloin, kun megatrendit muuttavat työnantajien toiminnan edellytyksiä. Ja miten uteliaisuus on avain tulevaisuuden kilpailukykyyn.

18 Yochai Benkler (2006) Commons-based Peer Production and Virtue*

IV.

Mitä seuraavaksi: Utelias luokka ratkaisee viheliäiset ongelmat

MISTÄ LUKU KERTOO?

Suomalainen työelämä on muuttunut kansainväliseksi ja kansainvälisen osaamisen eri muodot ovat korostuneet. Yritykset ja organisaatiot ovat globaalien muutosten keskellä. Tässä analyysiluvussa pohditaan, mitä luvussa kaksi tunnistettu uteliaisuus ja luvussa kolme kuvatut megatrendit tarkoittavat. Tuliko vuosituhannen vaihteen uuden kilpailukyvyn luojasta, luovasta luokasta, utelias? Käsitteenä "luova luokka" ei ilmaise mitään siitä, mihin luovaan luokkaan kuuluva ihminen hyödyntää kyvykkyyttään. Nyt yhä useammin ihmisiä on alkanut kiinnostaa se, mihin he luovuutensa kanavoivat ja mitä ongelmia he ovat luovuudella ratkomassa. Onko utelias luokka, jota yhdistää erilaiset kansainvälisen osaamisen muodot, avain 2010-luvun menestykseen niin yrityksille kuin kansantalouksillekin?

KESKEINEN AINEISTO:

- Demos Helsingin aiempi tutkimus ja oma analyysi.
- Kyselytutkimuksen johtopäätösten tulkinta.

Tässä luvussa avaamme tarkemmin sitä, mikä on erityisesti uteliaisuuden arvo työelämälle ja miten se kytkeytyy kansainväliseen osaamiseen. Vuonna 2005 suomalaiset työnantajat pitivät kansainvälisiä osaajia joko aktiivisina, kansainvälisiin tehtäviin suuntautuneina tai levottomina.[19] Nämä kolme tapaa mieltää kansainvälinen osaaja heijastelevat vanhan 1990-luvun Suomen suhdetta kansainvälisyyteen. Kansainväliset osaajat istuivat yritysten kv-osastoilla tai olivat kansainvälistä työuraa rakentavia supersuorittajia. Osa niistä, jotka lähtivät tarkastelemaan muuta maailmaa, saattoivat näyttää työnantajien silmissä levottomilta.

Luvussa kaksi kuvatun kyselyn tulokset osoittavat, että vuonna 2013 työnantajat hahmottavat kansainvälistä osaamista neljällä eri tavalla: uteliaisuutena, tuottavuutena, sitkeytenä sekä pieni osa elitisminä. (kuvio 2:10)

Mielenkiintoisin näistä mielestämme on uteliaisuus. Uteliaisuus on on motivaation polttoaine, joka ei katso alaa tai koulutusta. Uteliaisuus on myös kansainvälisyyden laaja-alaisin hyödyntämätön resurssi. Työntekijöiden uteliaisuudesta hyötyvät kaikki organisaatiot.

Suomalaiset työnantajat ja opiskelijat ovat tutkimusaineiston perusteella samanmielisiä siitä, että kansainvälinen osaaminen on uteliaisuutta, ei kukaan etsi uteliaita työntekijöitä. Uskomme, että kansainvälinen osaaminen on uteliaisuutta. Uteliaisuudella erottuvia työntekijöitä ei ole haettu yhtään sen innokkaammin kuin kansainvälisellä osaamisellakaan erottuvia. Uskomme, että uteliaisuuden nousu jatkuu tällä vuosikymmenellä voimakkaana, ja se heijastuu myös työmarkkinoihin. Maailma tarvitsee heitä, jotka tekevät tulevaisuuden bisneksestä menestyvää, koska heitä ajaa uteliaisuus uuteen.

Väitämme, että uteliaisuus on 2010-luvun hyve kolmesta syystä:

1. Uteliaisuus auttaa hyödyntämään uusimpia vaikutteita ja avauksia. Suomessa on lukuisia tarinoita 1800-luvun merkkihenkilöistä, jotka lähtivät Eurooppaan tarkastelemaan ja tutkimaan, miltä eurooppalainen kulttuuri näyttää. Tai oppimaan ja opiskelemaan painavia ajatuksia ja arvokkaimpia taitoja. Yhä tänäkin päivänä tällainen suhtautuminen kansainvälisyyteen on vallalla: lähdetään tarkastelemaan miltä muut kulttuurit näyttävät tai opiskelemaan ulkomaille oppipoikana.

Emme tarvitse lisää osaamista vaan uteliaisuutta.

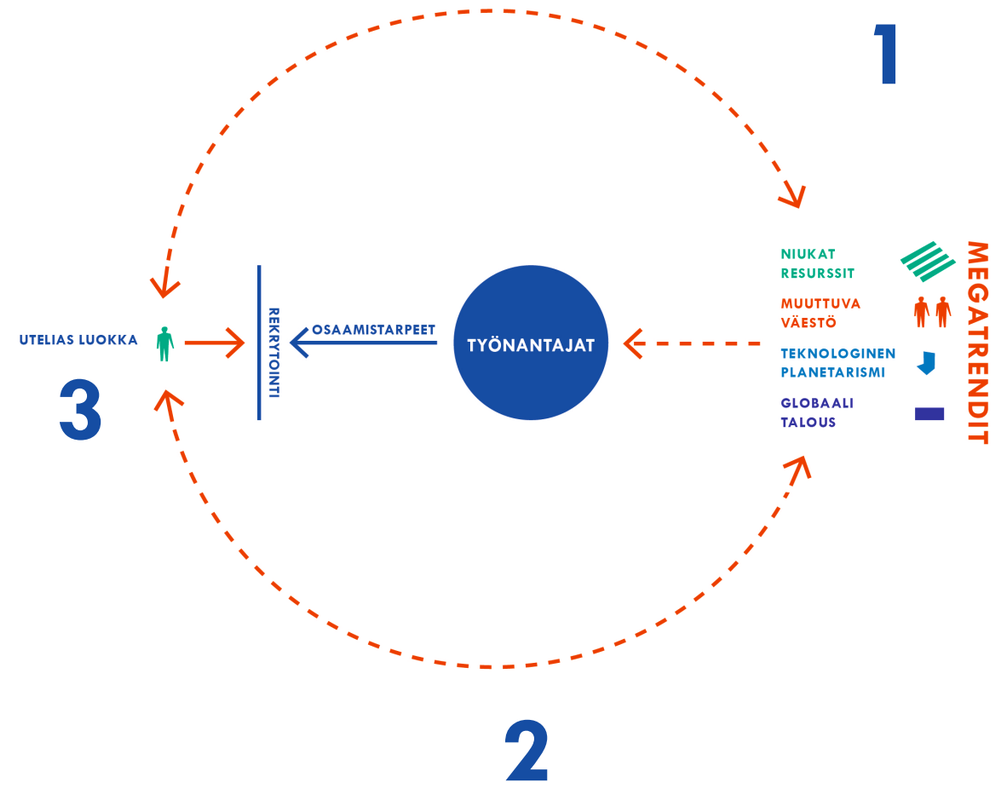
2. Uteliaisuus on dynaamisen ja uudistumiskykyisen yhteiskunnan edellytys. Koska uteliaisuus ei liity mihinkään tiettyyn alaan, se antaa vastauksen myös siihen, minkälaista osaamista pitäisi olla "rakennemuutoksen" yhteiskunnissa. Emme tarvitse lisää osaamista vaan uteliaisuutta.

3. Uteliaisuus motivoi. Utelias ihminen on kiinnostunut uudesta ja pystyy suuntaamaan kiinnostuksensa uusiin asioihin. Uusi motivaatiotutkimus on alkanut korostaa nimenomaan tätä huomion suuntaamiskyvyn ja uteliaisuuden yhteyttä.

Uteliaisuuden arvo liiketoiminnalle mittaantuu erilaisissa yrityksissä eri tavoin. Kaikkien yritysten ei tietenkään pidä tehdä megatrendeistä nousevista muutoksista ja viheliäisten ongelmien ratkaisemisesta liiketoimintaa. Mutta megatrendit ovat siitä haastavia, että ne vaikuttavat kaikkeen toimintaan. Yksikään yritys ei toimi täysin niistä irrallaan. Myös perinteisten yritysten kannattaisi ymmärtää millaisia vaikutuksia niukkenevilla resursseilla tai väestömuutoksella on omaan liiketoimintaan. Ymmärrys kuljetuskustannusten noususta voi esimerkiksi auttaa vähittäiskauppiasta rakentamaan valikoimaansa kustannustehokkaammin. Tai tieto eurooppalaisten myllyjen viljankysynnästä voi kannustaa suomalaisia maanviljelijöitä myymään tuotteitaan globaaleille markkinoille. Tästä maanviljelijä Kari Kokkosen tarina on hyvä esimerkki. Pienviljelijä menestyy paremmin, kun hän seuraa maailmaa ympärillään ja toimii sen mukaisesti. Ymmärrys globaaleista muutoksista kääntyy suoraan paremmaksi tuntipalkaksi.

Kuvasimme luvussa 2 kuinka ne ihmiset, jotka kokevat olevansa kansainvälisiä, ovat myös kaikkein kiinnostuneimpia maailmaa koskevista suurista kysymyksistä. Uteliailla ihmisillä on parempi mahdollisuus tunnistaa, millaisia vaikutuksia megatrendeillä on heidän työssään tai organisaatiolleen. He eivät vielä välttämättä tunnista kaikkia megatrendejä tai niiden vaikutuksia, mutta he ovat kiinnostuneita siitä, mitä maailmassa tapahtuu ja mikä saa asiat liikkeelle. Tämä kiinnostus ja uteliaisuus on keskeinen osa uutta kilpailukykyä. Tarvitaan kiinnostuneita ja uteliaita ihmisiä, jotta maailman muutoksia voidaan ymmärtää ja synnyttää niistä lähteviä ratkaisuja. (Kuva 4:1)

19 Garam (2005).



Kuva 4:1 Arvo yrityksille syntyy kyvystä tunnistaa isoja globaaleja muutoksia:

1) Tulevaisuudessa megatrendit vaikuttavat kaikkeen toimintaan.
2) Työnantajien on ymmärrettävä näitä globaaleja muutoksia.
3) Työnantajat tarvitsevat kiinnostuneita ja uteliaita ihmisiä ymmärtämään maailman muutoksia ja synnyttämään niistä lähteviä ratkaisuja.

4.1 Luovan luokan ohi ajavat uteliaat

Vanhassa maailmassa – siinä jossa hyvä innovaatiojärjestelmä tuotti kilpailukykyä ja hyvinvointia – pohdittiin paljon, ketkä ovat kilpailukyvyn kannalta tärkeimmät osaajat. Uudenlaista, sektoraaliset koulutusalat ylittävää osaamista ja sen taloudellis-yhteiskunnallista merkitystä on pyritty kuvaamaan aiemminkin. Kaupunkitutkimus on pitkään perehtynyt siihen, minkälaiset alueet vetävät ihmisiä puoleensa. 2000-luvun alussa keskusteluun noussut luovan luokan teoria on mielenkiintoinen silloin, kun tarkastellaan mikä kansainvälisiä osaajia liikuttaa. Teorian mukaan teknologia, suvaitsevaisuus ja toiset lahjakkaat ihmiset houkuttelevat osaavia tietotyöläisiä, jotka Richard Florida[20] nimesi luovaksi luokaksi. Teoria nosti luovuuden ja sen moninaiset kulttuuriset ilmentymät (ei ainoastaan suuret kaupalliset menestykset) kaupunkien elinkeinotoimien ytimeen.

Floridan tunnetuin kirja Luovan luokan nousu kuvasi tietyille kaupunkiseuduille keskittynyttä osaajajoukkoa, joka tuottaa suhteessa enemmän innovaatioita, luovuutta ja hyvinvointia kuin vastaavan koulutuksen saaneet osaajat muunlaisissa kaupungeissa. Floridan teorian mukaan monipuolisten lahjakkuuksien, korkean (teknologisen) osaamisen ja suvaitsevaisuuden kohtauspisteissä kukkii verratonta kilpailuetua synnyttävää luovuutta.

Luovalla luokalla meni hetken lujaa, mutta sitten meno tyssäsi. Se tyssäsi elitismiin ja liian välineelliseen lähestymistapaan. Luova luokka korosti ajatusta suppeasta eliittijoukosta kilpailuedun synnyttäjänä. Se on kategoria, johon kuuluvat vain harvat ja valitut. Siihen mukaan pääseminen ei ole helppoa. Käsitteinä "luovuus" ja "luova luokka" ovat myös hyvin välineellisiä. Ne eivät ilmaise mitään siitä, mihin luovaan luokkaan kuuluva ihminen hyödyntää kyvykkyyttään. Nyt yhä useammin ihmisiä on alkanut kiinnostaa se, mihin he luovuutensa käyttävät ja mitä ongelmia he ovat luovuudella ratkomassa.

Kymmenen vuotta luovan luokan esiinmarssin jälkeen on kysyttävä: mihin seuraavaksi? Richard Floridan analyysi luovasta luokasta keskittyy pääosin osaajien taloudelliseen merkitykseen ja jättää huomioimatta yhteiskunnan ja työelämän uudistumisen sosiaalisia ja kulttuurisia tekijöitä. Luova luokan tunnistaminen auttaa kansantalouksia innovoimaan ja kasvattamaan kilpailukykyään. Analyysi luovasta luokasta oli 1900-luvun ja tämän vuosituhannen alun länsimaiden usean prosentin taloudellisen kasvun ilmentymä. Tämä kasvu näyttää vuonna 2013 mahdottomalta. Tarvitaan uusi luova luokka. Porukka, joka kuljettaa suomalaiset yritykset ja työnantajat läpi globaalien muutoksien. Tarvitaan uteliaisuutta maailman suuriin teemoihin ja intoa tehdä merkityksellisiä asioita omalla työllään.

Esitämmekin, että on syntymässä uudenlainen osaajien ryhmä, jota voi kutsua uteliaaksi luokaksi. Utelias luokka haluaa, että heidän työnsä liittyy tavalla tai toisella yhteiskunnan suureen kuvaan ja edistykseen. Uteliaassa luokassa yhdistyvät tietotyöläisten halu olla lähellä luovia ja innostavia ongelmanratkaisuympäristöjä ja toisaalta halu tehdä työtä, jonka tekeminen lopputuloksiltaan ja vaikutuksiltaan on mielekästä.

Tutkija Mika Raunio kollegoineen on tutkimuksissaan huomannut, että luovan luokan teoria on aina pätenyt huonosti pohjoismaisessa kontekstissa. Luovan luokan sijaan pohjoismaissa kasvaa nyt luovan ongelmanratkaisun luokka. Luovat ongelmanratkaisijat haluavat asua ja työskennellä mielekkyyden kokemuksia tuottavassa sosiaalisessa ja fyysisessä ympäristössä. [21]

Olemme tässä tutkimussa identifioineet erityisesti uteliaisuuden olevan tälle nuorelle työntekijäsukupolvelle ominainen piirre. Heitä kiinnostaa se, mihin asioihin heidän työnsä tai harrastuksensa liittyvät laajemmassa kontekstissa. Tällöin työ ei ole vain työtä, jossa ratkaistaan mitä tahansa ongelmia. Utelias luokka haluaa ratkaista yhteiskunnallisesti merkittäviä ongelmia.

Uteliaiden joukko on se, joka etsii tietoa kansainvälisistä lähteistä, kuten Wikipediasta, tai lukee uutisia kansainvälisistä medioista. He elävät vahvasti globaalia arkea, vaikka harva heistä asuu kotimaansa ulkopuolella. Uteliaisuuttaan he ruokkivat eri reittejä välittyvällä informaatiolla, vuorovaikutuksella ja elämyksillä. He eivät useinkaan tunnista kansainvälisyyttä erillisenä asiana, sillä muuta tapaa elää ei koskaan ole heille ollutkaan. Uteliaalle luokalle kiinnostavia tarinoita ovat maailman resurssitalous, Kiinan taloudellis-poliittinen nousu, arabikevät ja finanssimarkkinoiden romahtaminen. Näin siksi, että näistä

20 Richard Florida (2002) The Rise Of The Creative Class.

21 Andersen, K.V., Bugge, M.M., Hansen, H.K., Isaksen, A. & Raunio, M. (2010) One Size Fits All? Applying the Creative Class Thesis onto a Nordic Context. European Planning Studies, Volume 18, Issue 10, pp. 1591-1609.)

	KILPAILUKYKY 2.0	KILPAILUKYKY 3.0
Mistä kilpaillaan?	Tehokkuus, innovaatiot	Ongelmien raivaaminen, innovaatiot
Minkälaista osaamista tarvitaan?	Kyky monistaa ja skaalata toimintamalleja	Kyky ymmärtää systeemistä muutosta ja muotoilla skaalattavia ratkaisuja
Mikä toimijaryhmä on kilpailukyvyn kannalta keskeinen?	Luova luokka	Utelias luokka, global problem solvers
Yritysten suhde hyvinvointiin	Valtiontalouden rahoittaminen ja materiaalisen hyvinvoinnin levittäminen yhteiskunnassa	Viheliäisten ongelmien taltuttaminen
Alueiden vetovoimaisuus syntyy	Teknologia, suvaitsevaisuus ja osaavat ihmiset	Luottamus, uteliaisuus ja osaavat ihmiset

Taulukko 3:1 Kilpailukyvyn muutokset: kilpailukyky 2.0 ja kilpailukyky 3.0.

asioista puhutaan medioissa ja yhteisöissä, joita he seuraavat ja joihin he kuuluvat.

Jopa Suomen tapahtumat nähdään ensisijaisesti maailman tapahtumien tulkintakehyksessä. Tämä tarkoittaa, että työnantajat, jotka ovat perustelleet toimintansa kotimaasta käsin, joutuvat muuttamaan toimintansa arvoasetelmaa. Utelias luokka haluaa työssään ratkaista globaaleja ongelmia, ei ainoastaan pärjätä kansakuntana ja yksilöinä globaalissa kilpailussa. Toisin sanoen utelias luokka näkee ensisijaisesti menestyvänsä globaalissa ongelmanratkaisukilpailussa ja vasta toissijaisesti globaalissa talouskilpailussa.

Mistä sitten uteliaan luokan varsinainen polttoaine eli uteliaisuus syntyy? Reitit tämän mielenkiinnon herättämiseen ovat eri ihmisillä olleet moninaiset. Osa tästä kiinnostuksesta selittyy sen kautta, että on asunut joko lyhyen tai pidemmän ajan ulkomailla. Tai on töissä kansainvälisessä organisaatiossa. Mutta tämä ei ole kaikkien uteliaiden tarina. Ei siis ole ihme, että utelias luokka ei rajaudu korkeakoulutettuihin, vaan heitä on kaikilta koulutusasteilta (kts. liite 2:3:8). Heitä ei ole ainoastaan yliopistoissa, vaan runsaasti myös ammattikorkeakouluissa ja jonkin verran ammattioppilaitoksissakin. Tämä on huippuosaajien joukossa uutta. Koulutusaste ei selitä tai takaa kykyä olla kiinnostunut globaaleista asioista.

Uskommekin, että utelias luokka ei luovan luokan tavoin kuukahda elitismiin. Uteliaisuus on avoin ja henkilökohtaisiin mielenkiinnonkohteisiin liittyvä kategoria. Uteliaisuutta megatrendeihin ja viheliäisimpiin ongelmiin voi toteuttaa lähes mistä nykyajan ammatissa – maanviljelijästä mattokauppiaaseen ja tietokoneohjelmoijaan – tahansa.

Utelias luokka ei siis synny "kansainvälinen ura" mielessä. Heille syntyy mielenkiinto työskentelyyn kansainvälisessä kontekstissa sitä kautta, että se alkaa näyttäytyä arkipäiväisenä ja sujuvimpana tapana toteuttaa omia taitojaan. Wikipedian lukeminen on syksyllä 2012 toteuttamassamme kyselytutkimuksessa yksi näkyvimmistä ja yleisimmistä yksittäisistä aktiviteeteista, joita utelias luokka

harrastaa. Se onkin hyvä esimerkki ja metafora sille, miten samaan aktiviteettiin osallistuminen ympäri maailmaa tekee kansainvälisyydestä aidosti arkipäiväistä. Juuri tästä syystä utelias luokka ei pidä itseään muista poikkeavana eliittinä. He valitsevat ainoastaan sujuvimman tavan työskennellä, eivät erottaudu muista.

Perinteisesti on ajateltu, että ollakseen kansainvälinen osaaja, täytyy lähteä opiskelijavaihtoon tai työharjoitteluun. Tai oppia useita kieliä. Nämä ovat edelleen hyviä reittejä oman osaamisen kartuttamiseen ja uteliaan luonteen jalostamiseen, mutta todellista ja merkityksellistä kansainvälistä osaamista syntyy myös paljon tavallisemmin, jopa amatöörimäisemmin keinoin. Luvussa kaksi osoitimme näitä keinoja, jotka ovat usein virallisten rakenteiden ulkopuolella. Niihin liittyy vuorovaikutus kansainvälisessä informaation valtameressä, jossa liikkuessa syntyy myös kiinnostusta maailmaa koskettaviin suuriin kysymyksiin. Utelias luokka haastaa koulutusorganisaatiot ja työnantajat: perinteinen tapa arvottaa osaajia koulutustaustan tai työkokemuksen perusteella ei yksinomaan auta löytämään uteliasta luokkaa. Uteliaaseen luokkaan pääsee myös helposti mukaan. Se on avoin. Tärkeintä on löytää tapoja, joilla usein hillitty kiinnostus erilaisia asioita kohtaan saadaan kukoistamaan. Jo nyt on havaittu, että suomalaisessa koulussa ei vain istuta luokkahuoneessa, vaan myös leikitään runsaasti. Tulokset ovat olleet loistavia. Tämän jalostamisessa edelleen piilee mahdollisuus suomalaiselle yhteiskunnalle.

Emme ole ainoat uteliaan luokan identifioinnissa. Harvardin yliopiston kasvatustieteen professori Howard Gardner on tutkinut lahjakkuuksia ja osaamista. Gardnerin mukaan nuoret osaajat haluavat nyt ja tulevaisuudessa työtä, jossa saa tehdä toimia yhdessä muiden kanssa arvokkaiden päämäärien parissa ja laadukasta työtä tehden. Gardner on tutkinut erityisesti miten tavat, joilla globaaleja osaajia houkutellaan töihin eroaa heidän omista motivaatiotekijöistään. Tulokset ovat työnantajien kannalta nöyryyttäviä. Gardnerin (2009) mukaan työnantajat tarjoavat nuorille osaajille kolmea m:ää motivaatiotekijöiksi: minä, raha ja markkinat (engl. Money, Me & Markets). Nämä sanat loistavat rekrytointi-ilmoituksissa ja niitä tarjotaan houkuttimiksi parhaisiin työpaikkoihin. Tässä työpaikassa pääset kehittämään itseäsi, saat hyvää palkkaa ja arvosi työmarkkinoilla nousee.

Gardnerin mukaan tämä on hullunkurista, sillä huippuosaajat etsivät työstä kolmea E:tä: erinomaisuutta (Excellence), etiikkaa (Etchics) ja sitoutumista ja osallistumista (Engagement) (Taulukko 4:2). Huippuosaajat haluavat sitoutua eettisesti merkittävien ongelmien ratkaisuun osana erinomaista, kykenevää ryhmää. Silti huippuosaajia pyritään rekrytoimaan tarjoamalla vain heihin itseensä keskittyviä palkkioita.

Tulevaisuuden arvokkaat huippuosaajat ovat niitä, jotka ymmärtävät mitä muutoksia maailmassa on. He ovat osaajia, jotka tunnistavat nämä muutokset ja osaavat sitä kautta tulkita niiden vaikutuksia yrityksiin ja yhteiskuntaan. Tämä muuttaa huippuosaajien suhteen muutoksiin. Muutokset eivät ole vain pakkoja tuottavuuden nostamiseksi, vaan liittyvät heidän oman globaalin elämänpiirinsä muutoksiin. Tämän takia he tuntevat muutokset motivoiviksi.

KOLME M:ÄÄ	KOLME E:TÄ
Money	Ethics
Me	Engagement
Markets	Excellence

Taulukko 4:2 Muutos motivaatiotekijöissä työmarkkinoilla (Gardner 2009).

Koska utelias luokka ymmärtää muutosten kansainvälisen – jopa globaalin – kontekstin, muutoksista tulee mielekkäitä. Niiden konteksti on konkreettinen. Niillä otetaan haltuun megatrendejä, joilla ei ole vielä omistajaa. Tästä syystä utelias luokka koostuu joukosta arvokkaita työntekijöitä. He auttavat yrityksiä sopeutumaan, luovat uusia tuotteita ja palveluita uusille avautuville markkinoille. He kykenevät ymmärtämään murroskausia eli disruptiota.

Liiketalouden ja innovaatioiden tutkijat Maxwell Wessel ja Clayton M. Christensen Harvard Business Schoolista ovat tutkineet "disruptiivisia innovaatioita"[22], niitä tuotteita ja palveluita, jotka reagoivat muuttuvaan tilanteeseen ja siksi syrjäyttävät nopeasti kilpailijat. Disruptiota on vaikea tuottaa, jos yritykset ja muut organisaatiot näkevät itsensä ensisijaisesti toistensa kilpailijoina. Tämä on totta useimmissa suomalaisissakin yrityksissä. Jopa suorittavan tason työntekijät osaavat nimetä kilpailijansa ja "tietävät", että heidän suurin haasteensa on päihittää kilpailijat. Wessel ja Christensen toteavat, että "disruptiiviset teknologiat" kuten mikrotietokoneet, verkkokirjakaupat ja kertakäyttötuotteet ovat kaikki nousseet ymmärryksestä muuttuneesta maailmasta. Disruptio siis kuvaa hetkeä, jolloin samalla alalla toimivien organisaation toimintaympäristö muuttuu niin, että suuri osa putoaa pelistä, koska ne eivät osaa muuttaa toimintaansa ja kääntää muutosta hyödykseen.

Disruption osaaminen on luonteeltaan kansainvälistä. Sitä hankitaan esimerkiksi seuraamalla kansainvälisiä medioita, kansainvälisessä työssä ja opiskelussa. Enää ei siis riitä, että tunnistetaan floridalainen luova luokka. Vaikka tämä innovatiivinen joukko olisikin olemassa, ei hyvinvointi enää rakennu perinteisillä tavoilla. Kyky monistaa ja skaalata toimintamalleja oli avain viimeisen sadan vuoden menestykseen. Seuraavan sadan vuoden aikana menestyvät ne, jotka kykenevät ymmärtämään ja seuraamaan systeemistä muutosta. Sitä, jonka monet globaalit megatrendit yhtäaikaa aiheuttavat.

Suomalaiseen työelämään on siirtymässä valtava potentiaali tätä ymmärrystä. Tämä luova luokka etsii aktiivisesti töitä lähivuosien aikana. He eivät kerro olevansa kansainvälisiä osaajia. He eivät välttämättä edes ymmärrä olevansa. Sillä ei ole merkitystä, koska he ovat osaajia, joilla on kyky ymmärtää koko yrityskenttää koskevaa systeemistä muutosta. Tällä osaajajoukolla on hyvät mahdollisuudet rakentaa Koneen tai Rovion kaltaisia menestystarinoita. Tähän joukkoon voisi ajatella kuuluvan myös maanviljelijä Kari Kokkosen. Siitä huolimatta, että hän viljelee maata ja on jo tehnyt yhden työuran.

Uteliaan luokan olemassaolo on hyvä uutinen sen tavoittaville. Tämä tarkoittaa vaikkapa kykyä valmistautua logistiikkakustannusten nousuun rekkafirmassa. Tai valmiutta oppia uusimmat taidot putkien korjaamisessa. Koneen kohdalla tämä on kykyä tehdä tuotteita, jotka vastaavat maailman muuttuvan väestön tarpeisiin. Kari Kokkosen kohdalla tämä on oman toiminnan menestyksen turvaamista.

4.2 Aika tunnistaa osaajat

Nyt työelämän on aika tunnistaa nämä osaajat. Me olemme kertoneet miten heidät löydetään. Se ei ole aina onnistunut perinteisellä rekrytoinnilla. Siksi rekrytointiin tarvitaan uusia työkaluja.

Tässä tutkimuksessa lähdettiin tutkimaan miten työelämä suhtautuu kansainväliseen osaamiseen. Paljastui, että kansainvälisellä osaamisella on väliä niin työnantajien kuin koko yhteiskunnankin tasolla. Jotta kansainvälisen osaamisen merkitys voidaan turvata, täytyy ymmärtää mitä se tarkoittaa kokonaisvaltaisesti. Eli mitä muuta se on kuin välineellisiä taitoja tai yleistä suvaitsevaisuutta. Kansainvälinen osaaminen voi ilmetä monin eri tavoin, mutta ennen kaikkea se on kiinnostusta ja uteliaisuutta maailmaa ja sen muutosta kohtaan. Tämän asenteen voi omaksua useaa eri reittiä, joista moniin ei vielä ole opiskelijavaihdon kaltaisia tukirakenteita.

Nyt tarvitaan uteliaisuuden mahdollistajia ja osaajia sekä työnantajia, jotka tarttuvat tähän uuteen mahdollisuuteen. Edellytyksenä tälle on yhteinen ja vahva ymmärrys siitä, että ihmisten uteliaisuus on se kyvykkyys, joka yhä laajemmassa määrin määrittää sen, miten yritykset ja kansakunnat menestyvät muuttuvassa maailmassa. Se on myös se kyvykkyys, jota tarvitaan, jotta ihmiskunta voi löytää toivottavia ja arvokkaita ratkaisuja tulevien vuosikymmenten viheliäisimpiin ongelmiinsa.

22 Maxwell Wessel ja Clayton M. Christensen (2009) Surviving Disruption

Kuva 4:2 Kansainvälisen osaamisen portinvartijat.

LAHJAT

Olemme kuvanneet tässä raportissa, miten kansainvälisyys ja kansainvälinen osaaminen on kehittynyt ja miten uteliaisuus on voimavara, jota ei ole suomalaisessa työelämässä aiemmin tunnistettu. Perinteisten toimenpidesuositusten sijaan ehdotamme konseptilahjoja eri toimijoille suomalaisessa yhteiskunnassa. Nämä lahjat nojaavat raportin havaintoihin ja niiden kautta kansainvälinen osaaminen ja uteliaisuus pääsee oikeuksiinsa Suomessa.

Lahja rekrytointifirmoille: Uusia osaajia Suomessa!

Tunnistakaa kansainvälisen osaamisen arvo, mallintakaa se ja kehittäkää keinoja osaamisen arvon mittaamiseksi.

Kansainväliset osaajat ovat avain vielä huomennakin kilpailukykyisten yritysten rakentamiseen. Nämä osaajat ovat motivoituneita työntekijöitä, jotka haluavat ymmärtää ympäröivän maailman tapahtumia yli välittömän työnkuvansa. Kansainväliset osaajat ovat kyvykkäitä tunnistamaan toimialansa kannalta keskeisiä heikkoja signaaleja ja positioimaan oman työnsä tätä kautta. Siksi nämä osaajat ovat yritysten avain menestyksekkääseen tulevaisuuteen.

Lahja tuo esiin osaamisen muotoja, joita yritykset monimutkaistuvassa maailmassa tarvitsevat oman positionsa määrittelyyn ja tulevaisuuden suunnitteluun. Lahjan avulla teidän on yhä helpompaa tunnistaa osaajia, joita yritykset kaipaavat ehkä kipeämmin kuin koskaan.

Miten lahjan saaja saa toiminnan käyntiin?
CIMO kokoaa rekrytointifirmat yhteen kehittämään kansainvälisen osaamisen arvon mittaamisen tapoja. (Rekrytointifirmoilla on luultavasti jo ennestään paljon aineistoa, jonka avulla kansainvälisen osaamisen vaikutuksia on mahdollista arvioida.)

Lahja taloustoimittajille: Uusi juttusarja!

Suomalaisessa yhteiskunnassa on valtavasti niin suomalaisia kuin ulkomaalaisiakin huippuosaajia. Monilla heistä on kansainvälistä kokemusta. Heitä tarvitaan, jotta suomalainen yritysmaailma osaa tunnistaa hyvissä ajoin ympäröivän maailman nopean muutoksen ja tarjota jatkuvasti kiinnostavia tuotteita ja palveluita. Näistä aiemmin hieman piilossa olleista osaajista ja heidän kokemuksistaan kertominen on mahdollisuus taloustoimittajille nostaa esiin aivan uudenlainen toimijajoukko. Tulevaisuudessa kansainväliset osaajat, niin suomalaiset kuin ulkomaalaisetkin, ovat halutuimpia osaajia työmarkkinoilla! Heissä piilee valtavasti tarinoita, joista kiinnostavasti kertominen lukijoille pitäisi olla helppoa.

Miten lahjan saaja saa toiminnan käyntiin?
Perusta kotisivuillenne “kansainvälinen osaaja” -vakiopalsta. Kansainvälisiä osaajia löytyy suomalaisista yrityksistä paljon. Vauhtiin pääset menemällä CIMOn nettisivuille. Henkilöjuttu on aina innostava formaatti ja soveltuu tämän ilmiön kuvaamiseen hyvin.

Lahja pääministerille: Huomisen kilpailukyky eilisen ratkaisujen sijaan!

Keskustelu suomalaisen yhteiskunnan kilpailukyvyn ylläpidon tukitoimista käy nyt kuumimmillaan. On kuitenkin selvää, että tulevaisuuden ongelmat ovat luonteeltaan vielä nykyisiä kokonaisvaltaisempia ja laajempia – globaaleja ja kansainvälistä ymmärrystä vaativia. Mitä tapahtuu kilpailukyvylle, kun koko markkinakenttä muuttuu? Viheliäisten ongelmien merkityksen ymmärtäminen on paras lahja, jonka valtion päämies voi saada. Siitä hyötyy koko suomalainen yhteiskunta. Ottakaa siis säännöllisesti aikaa koko hallituksella paneutua ihmiskunnan viheliäisiin ongelmiin ja nimetkää viisi tärkeintä tapaa, joilla Suomi voi tarjota niihin ratkaisuja. Kun hallitus haastaa suomalaisen yhteiskunnan ratkaisemaan viheliäisiä ongelmia, saadaan käyttöön suomalaisessa yhteiskunnassa piilevä valtava potentiaali näiden ratkaisemiseksi.

Miten lahjan saaja saa toiminnan käyntiin?
Kootaan koko valtioneuvosto kerran vuodessa kahdeksi päiväksi hyvin organisoituun työpajaan. Julkistakaa työpajan tuloksena näkemyksenne Suomen viidestä tärkeimmästä ratkaisusta ihmiskunnan viheliäisimpiin ongelmiin. Pitäkää ratkaisuja esillä puheissanne ja päätöksissänne.

Lahja työnhakijoille: Parempi CV!

Usein kansainvälinen osaaminen on vain yksi rivi työhakemuksen työ- tai opiskelukokemusten listassa. Monen on vaikea pukea hakemukseen sanoiksi se, mitä on oppinut ulkomailla tai osana kansainvälistä harrastajaverkostoa – ellei työ suoraan liity kansainvälisiin tehtäviin. Koska kansainvälisessä osaamisessa ei ole kyse vain kielitaidosta tai tietyn maan ja kulttuurin tuntemuksesta, tarvittaisiin neuvoja ja treeniä, jotta kansainvälisissä yhteyksissä tarttuneesta uteliaisuudesta, joustavuudesta tai reippaudesta osaisi kertoa yhtä vakuuttavasti kuin johtamiskokemuksesta tai spesifin työmenetelmän hallinnasta. Useimmille tarvittava oppi tarttuu käytännössä, työhakemusta rustatessa. Siksi tarvitaan hyvä malli, ohjeistus ja työkalu, jolla voi treenata oman kansainvälisen osaamisen kommunikointia.

Miten lahjan saaja saa toiminnan käyntiin?
CIMO laittaa sivuilleen kysymyssarjan, johon vastaamalla pystyy muotoilemaan omasta kansainvälisestä osaamisestaan omaan CV:hen hyvän ja relevantin kuvauksen.

Lahja CIMOlle: Kurssit työnantajille!

Suomalaisia opiskelijoita ja työlelämässä jo harjaantuneita on kannustettu ja tuettu yli 20 vuotta lähtemään ulkomaille opiskelemaan ja hankkimaan työkokemusta. Suosio on ollut suuri ja jatkuva. Mutta ikävä kyllä yrityksissä ja työpaikoilla näitä kokemuksia ja niiden arvoa osana työntekijän taitoja ei osata tunnistaa. (Kyse on osin jopa siitä, ettei työpaikoilla tiedetä edes työntekijöiden kokemuksista ulkomailla opiskelusta tai työskentelystä.) Jotta CIMO pystyy jatkossakin toteuttamaan päämääräänsä suomalaisen yhteiskunnan kansainvälistymisen edistäjänä, on huomio kiinnitettävä nyt työpaikoille. Yrityksiä ja julkisia organisaatioita on autettava löytämään tapoja tunnistaa ja hyödyntää työntekijöiden kansainvälisen osaamisen potentiaali. Tämän toteuttamiseksi CIMO kannattaisi aloittaa kurssit, joissa organisaatioiden esimiestasoa koulutetaan kansainvälisen osaamisen tunnistamiseen ja hyödyntämiseen.

Miten lahjan saaja saa toiminnan käyntiin?
CIMO varaa resurssit kurssitoiminnan kehittämiseen ja tilaa kurssin tuotteistuksen laadukkailta asiantuntijoilta, jotka tuntevat myös asiakkaiden eli yritysten tarpeet ja rutiinit. Kootaan pilottikurssit, jotka ovat osallistujille maksuttomia tai omakustanteisia.

Lahja harrastejärjestöille: Rakkautta osaamiseen!

Amatööri tulee alunperin latinan sanasta rakastaja. Amatööri tekee rakkaudesta tekemäänsä asiaan. Monet 15 miljoonasta järjestöjen jäsenestä Suomessa ovat siis mukana järjestöjen toiminnassa rakkaudesta. Usein rakkaus lajiin yhdistää yli rajojen toisiin asian tekijöihin. Tässä piilee mahdollisuus yhteiskunnan kannalta merkittävään osaamiseen ja sen jalostamiseen. Harrastejärjestöjen Suomesta ja sen merkityksestä koko yhteiskunnalle pitääkin kertoa tästä vahvemmin.

Miten lahjan saaja saa toiminnan käyntiin?
CIMO ja OKM kutsuvat vuosittain 20 harrastejärjestöä työpajaan, jossa hiotaan niiden taitoja kertoa harrastajien osaamisesta ja sen merkityksestä yhteiskunnalle sekä harrastamisen kansainvälisistä ulottuvuuksista.

Lahja HR-osastoille: Rakkautta osaamiseen!

Suomalaisessa työelämässä on paljon kansainvälistä osaamista. Iso osa etenkin nuoresta työntekijäsukupolvesta on käynyt joko vaihdossa tai töissä ulkomailla. Suuressa osassa työpaikkoja työntekijöiden kansainvälistä osaamistaustaa ei tunnisteta, saati osata sitä hyödyntää. Siksi merkittävä osa osaamispotentiaalista jää käyttämättä. Onneksi piilevä osaaminen on mahdollista kaivaa esiin helpoilla keinoilla.

Miten lahjan saaja saa toiminnan käyntiin?
Laita intraan tai sähköpostitse viesti, jossa kysyt, millaista kansainvälistä kokemusta organisaatiosi työntekijöillä on. Kysy työ- ja opiskelukokemuksen lisäksi myös vapaa-ajan kansainvälisestä kokemuksesta, kuten harrastuneisuudesta ja netin käytöstä.

Lahja EK:lle: Utelias Suomi -seminaari

Elinkeinoelämän keskusliitto järjestää kerran vuodessa Utelias Suomi -seminaarin, johon kutsutaan suomalaisen elinkeinoelämän keskeiset toimijat ja hahmot. Utelias Suomi antaa sisällöllistä orientaatiota Team Finland -toiminnalle ja lisää kansalaisten mielenkiintoa. Samalla elinkeinoelämä näyttää uudenlaista johtajuutta ja osoittaa, keitä ovat uteliaisuutta ja uutta kansainvälistä osaamista eniten eteenpäin vievät toimijat Suomessa nyt.

Miten lahjan saaja saa toiminnan käyntiin?
Järjestämällä syksyisen Utelias Suomi -seminaarin ja kutsumalle sinne suomalaisen yhteiskunnan eri alojen osaajia, EK voi näyttää suuntaa uudenlaiselle osaamiselle elinkeinoelämässä ja auttaa elinkeinoelämää löytämään nyt usein piilossa olevan kansainvälisen osaamisen ja uteliaisuuden.

Lahja peruskoulujen opettajille: Vielä innostavammat oppitunnit!

Tärkeä yhteiskunnallinen tehtävänne on vahvistaa oppilaiden orastavaa uteliaisuutta ympäröivää maailmaa kohtaan. Rohkaiskaa oppilaita suuntaan, johon heillä on sisäistä paloa. Numeroihin keskittyminen ja päättötodistusten arvosanat saa luvalla jättää toisarvoisiksi henkilökohtaisen motivaation löytämisen rinnalla. Monilla tämä motivaatio liittyy tavalla tai toisella kansainvälisissä toiminnan erilaisiin muotoihin, kuten nettipelien pelaamiseen tai verkkopohjaisiin vertaisryhmiin kuulumiseen.

Uteliaisuuden ruokkiminen kasvattaa motivoituneita ongelmanratkaisijoita. Tämä porukka oppii nopeasti ymmärtämään asioiden syy-seuraussuhteita ja kykenee hahmottamaan oman toimintansa merkityksen muuttuvassa maailmassa. Näitä tulevia osaajia nousee erilaisista taustoista ja he sijoittuvat työelämässä kaikille sektoreille omista kiinnostuksen kohteistaan riippuen. Todennäköisimmin he ovat niitä, jotka onnistuvat välttämään urakriisin viisi vuotta valmistumisensa jälkeen, siitä uteliaisuus ja omaehtoinen haasteiden etsiminen pitää huolen.

Lahja on edellytys inhimillisen pääoman monipuoliselle hyödyntämiselle suomalaisessa yhteiskunnassa: utelias ihminen löytää taidoilleen uusia hyödyntämisen kohteita. Se on keino, jolla luodaan ihmisten keskinäistä luottamusta. Se on väkevä tapa välttää syrjäytyminen. Pohja tulevaisuuden kilpailukykyisen Suomen rakentamiselle valetaan uteliaisuudesta.

Miten lahjan saaja saa toiminnan käyntiin?
Aloittakaa jokainen tunti kysymällä, miten tunnin aihe liittyy opiskelijoille läheisiin ilmiöihin ja antakaa heille tilaa kertoa omasta tekemisestään. Ja lopettakaa kysymällä, auttoiko tunti ymmärtämään jotain omasta puuhailusta ilmiön parissa.

Lahja MTK:lle: Kansainvälistä osaamista maanviljelijöille

Tämän päivän maanviljelijän osaamisen ytimessä on kansainvälinen osaaminen ja globaalien muutosten ymmärtäminen. Se, että tietää milloin kannattaa ostaa lannoitteita ja milloin myydä viljaa voi tuoda merkittäviä lisäansioita. Samaan tapaan myös työvälineet löytyvät parhaiten maailmanmarkkinoilta. Nyt Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliiton kannattaakin panostaa juuri tähän. Kertoa maanviljelijöille, että uudeksi työvälineeksi on tullut tietokone ja internet. Niiden avulla viljely tehostuu ja siitä saatava palkkio kasvaa.

Miten lahjan saaja saa toiminnan käyntiin?
Järjestäkää koulutuksia, kertokaa mahdollisuuksista ja ottakaa kansainvälisyys olennaiseksi osaksi maanviljelyä. Samalla monet toisen ja myöhemmän polven maanviljelijäkandidaateista saattavat innostua maanviljelystä. Se on globaalia bisnestä!

Lahja ammattioppilaitoksille: Yhteiskunta ammatillisen osaamisen ytimeen

Suomalaisissa ammatillisissa oppilaitoksissa on valtavasti osaamista. Tämä osaaminen pitää saada valjastettua käyttöön nykyistä paremmin. Ammattiosaamista ja käsityöläisyyttä on perinteisesti arvostettu korkealle, ja monet parhaista ammattilaisista ovat myös ymmärtäneet erittäin hyvin työnsä yhteiskunnallisen merkityksen. Tätä yhteyttä pitää nyt vahvistaa kaikkien ammattiosaajien piirissä. Yksi tapa yhteyden vahvistamiseen on taitojen hankkiminen kansainvälisiltä areenoilta. Kansainvälisen vaihdon tai työharjoittelun lisäksi voi kokemusta kartuttaa myös vapaa-ajalla.

Miten lahjan saaja saa toiminnan käyntiin?
The Craftsman on hyvä kirjasuositus, josta aloittaa. Ammattiosaamisella on kovat perinteet, joita on syytä vaalia. Ammattiosaajien suhdetta yhteiskuntaan voi mitata vaikka uteliaisuuden kautta.

Lahja työ- ja elinkeinoministeriölle: Paremmat työelämäbarometrit – mukana myös uteliaisuus!

Kun TEM kysyy suomalaisten työelämän laadusta, unohtuu usein uteliaisuus. Työntekijöiden uteliaisuus maailman tapahtumia kohtaan on hyödyntämätön voimavara, jolla suomalaiset yritykset löytävät tulevaisuudessa uusia markkinoita ja suuntaavaat kehitystyönsä oikein. Tästä syystä barometreihin pitää saada mukaan uteliaisuuden kehittyminen. Sitä kautta yritykset ja suomalainen yhteiskunta tunnistavat uuden osaamistekijän ja ymmärtävät sen vaikutuksen kilpailukykyyn. Kun TEM alkaa tutkia yritysten välisiä eroja uteliaisuudessa, aletaan myös yrityksissä paremmin ymmärtää uteliaisuuden arvo kyvykkyyden muotona ja kilpailukyvyn tekijänä. Näin työntekijöiden uteliaisuudelle annetaan tilaa ja reittejä vahvistaa yritysten toimintaa.

Miten lahjan saaja saa toiminnan käyntiin?
Tämän raportin kyselytutkimuksessa kysyimme työelämään pian siirtyviltä opiskelijoilta heidän kiinnostuksestaan maailmaa koskettaviin suuriin kysymyksiin. Nämä kysymykset voisi suoraan liittää työolobarometriin. Kysymykset löytyvät tämän raportin liitteistä.

Lahja yliopistojen rehtoreille: G-School!

Grand challenges -school eli G-School on paikka, jossa omat opinnot yhdistyvät globaaleihin kysymyksiin ja kansainvälisiin keskusteluihin yli perinteisten aine- ja tieteenalarajojen. Sen esikuvana on Stanfordin yliopiston D-School, joka kouluttaa opiskelijoista monialaisissa tiimeissä loistavia innovaattoreita. Sitomalla opinnot yhteiskunnan ja koko maailman kannalta tärkeisiin asioihin, kasvaa myös motivaatio opiskeluun. Esitimme tämän raportin luvussa 2 kuinka ne opiskelijat, jotka lukevat ja etsivät tietoa kansainvälisesti, ovat myös erityisen kiinnostuneita ihmiskunnan tulevaisuuden kannalta kriittisistä suurista kysymyksistä. Heille tarvitaan nyt paikka jalostaa omaa kyvykkyyttään myös omana opintokokonaisuutena yliopistoissa. G-School on paikka, jossa utelias luokka kartuttaa osaamistaan ja tekee siitä työelämän kannalta helposti hyödynnettävää.

Miten lahjan saaja saa toiminnan käyntiin?
Ensimmäinen askel on kurssi, jolla kytketään yliopiston tiedekuntien opetusta globaaleihin viheliäisiin ongelmiin ja yrittäjämäiseen asenteeseen. Samalla uudistetaan kuvaa siitä, millaista opiskelu yliopistossa voi olla ja miten laaja-alaisesta uteliaisuudesta jalostetaan tärkeä kyvykkyys.

Lahja opetusministerille: Uteliaita kannustava lukiouudistus!

Innostus ja oppiminen syntyy uteliaisuudesta ja kiinnostuksesta uusia asioita kohtaan. Tätä ei kuitenkaan ole hyödynnetty riittävän paljon suomalaisessa koulujärjestelmässä, vaan oppilaat tyydyttävät uteliaisuuttaan usein koulun ulkopuolella. Nyt häämöttävän lukiouudistukseen kärkeen pitääkin nostaa uteliaisuus. Välineenä siihen voisi olla eri kokoisten, oppilaiden omista mielenkiinnonkohteista lähtevien projektitöiden tuominen osaksi opiskelua. Pienemmillään kyse voisi olla yhdysvaltalaisissa kouluissa yleisestä “Show and Tell”-oppitunnista (esittele luokalle asia tai tavara ja kerro, mikä siinä sinua kiinnostaa), laajimmillaan omasta taide-, tutkimus- tai käsityöprojektista, johon kuuluisi myös oman motivaation kuvaaminen ja asian yleisen kiinnostavuuden perustelu muille. Tulevissa lukion opetussuunnitelmissa on varmistettava, että tulevaisuudessa jokainen lukiolainen saa toteuttaa omaa uteliaisuuttaan tällaisten projektitöiden kautta.

Miten lahjan saaja saa toiminnan käyntiin?
Lukiodiplomi, Innolukio sekä Viksu- ja EUstory-projektit ovat jo olemassa olevia, aineryhmäkohtaisia malleja. Jatkossa ne voitaisiin yhdistää ja varmistaa, että niitä toteutetaan varmasti kaikissa lukioissa.

LÄHDELUETTELO

LÄHDELUETTELO

ANDERSEN, K.V., BUGGE, M.M., HANSEN, H.K., ISAKSEN, A. & RAUNIO, M. (2010) *One Size Fits All? Applying the Creative Class Thesis onto a Nordic Context*. European Planning Studies, Volume 18, Issue 10, pp. 1591-1609.

ANDERSON, B. (2007) *Kuvitellut yhteisöt*. Vastapaino. Tampere.

BENKLER, Y. (2006) Commons-based Peer Production and Virtue http://www.nyu.edu/projects/nissenbaum/papers/jopp_235.pdf

CANBÄCK, S. (1998) *Transaction cost theory and management consulting. Why do management consultants exist?* Henley Management College, Brunel University.

CASTELLS, M. (1996) *The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. I.* Oxford, UK: Blackwell.

Demos Helsingin järjestämä työpaja 4.10.2012 Helsingissä.

Demos Helsingin järjestämä työpaja 23.10.2012 Helsingissä.

DEMOS HELSINKI. (2012) *Ryhmien voima.*

DEMOS HELSINKI. (2010) *Metropolin hyvinvointi.*

DEMOS HELSINKI. (2010) *Suomen Maabrändiraportti* "Miten Suomi ratkaisee maailman viheliäisimpiä ongelmia – Consider it solved".

EU *eHealth Task Force Report: Redesigning health in Europe for 2020* http://ec.europa.eu/information_society/activities/health/docs/policy/taskforce/redesigning_health-eu-for2020-ehtf-report2012.pdf

FIESCHI, C., MORRIS, M., CABALLERO, L. (2012) *Recapturing the Reluctant Radical. How to win back Europe's populist vote.* Counterpoint.

FLORIDA, R. (2002) *The Rise Of The Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community And Everyday Life* .

GARAM, I. (2005) *Opiskelijoiden kansainvälinen liikkuvuus ja työelämä.* CIMO.

GARDNER, H. (2009) Big Think interview with Howard Gardner. http://bigthink.com/ideas/16280

HAAVISTO, I. (2010). *Työelämän kulttuurivallankumous. EVA.* EVA, Työelämän kulttuurivallankumous, 2010 http://www.eva.fi/wp-content/uploads/2010/04/tyoelaman_kulttuurivallankumous.pdf

HALPERN, D. (2009) *The Hidden Wealth of Nations.*

HARLE, V. & MOISIO, S. (2000) *Missä on Suomi?*

Industry Task Force for Peak Oil and Energy Security – The Oil Crunch: A wake-up call for the UK economy (2010) http://peakoiltaskforce.net/wp-content/uploads/2010/02/final-report-uk-itpoes_report_the-oil-crunch_feb20101.pdf

Maahanmuuton vuosikatsaus 2011. (2011) http://www.migri.fi/download/34214_maahanmuutto_2011_tilastokatsaus.pdf

MCNEILL, J.R. & MCNEILL, W.H. (2003) *Verkottunut ihmiskunta.* Vastapaino. Tampere.

NYRHINEN, J. & WILSKA, T-A. (2012) *Kohti vastuullista ylellisyyttä? Eettiset ja ekologiset trendit sekä luksuskulutus Suomessa.*

PORTER, M. E. & KRAMER, M. R. (2011) *Creating Shared Value.* Harvard Business Review.

SENNETT, R. (2012) *Together: The Rituals, Pleasures and Politics of Co-operation.*

SHIRKY, C. (2010) *The Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age.*

Teknologiateollisuus ry. (2010) Henkilöstöselvitys.

Tilastokeskus: Perusasteen jälkeisen tutkinnon suorittaneiden osuus 25–34-vuotiaista 1975–2005.

Tilastokeskus: Ulkomaan kansalaisten määrä Suomessa vuosina 2001-2011.

Tilastokeskus. (2009) Työssäkäyntitilasto 2009: Liitetaulukko 4. Vieraskielisten suurimmat ammattiryhmät 2009. http://www.stat.fi/til/tyokay/2009/04/tyokay_2009_04_2011-11-28_tau_004_fi.html

TUOMAALA, M. & TORVI, K. (2008) *Kohti työperusteita maahanmuuttoa: ulkomailta palkattavan työvoiman tarpeen arviointi.* TEM analyyseja 9/2008. Helsinki.

Työministeriö. (2007) Maahanmuutto vastauksena työvoiman saatavuuteen. Tutkimusraportti.

WEI, L. (2007) *IKEA in China: Facing Dilemmas in Emerging Economy.* Asian Case Research Journal, vol. 11, issue 1, 1–21.n

WESSEL, M. & CHRISTENSEN, C. M. (2009) *Surviving Disruption.*

World Bank & IBM Research. (2012) Internet use.

World Health Organisation. (2012) "Ageing and life course" http://www.who.int/ageing/en/

World Trade Organization (2011) International trade statistics 2011. http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2011_e/its2011_e.pdf

Liitteet

Kyselytutkimuksen toteutus
Taustamuuttujat: työnantajat
Taustamuuttujat: opiskelijat
Kuvio 2.1.7: Vastanneiden opiskelijoiden ikäjakauma
Kuvio 2.1.8: Vastanneiden opiskelijoiden sukupuolijakauma
Kuvio 2.1.9: Vastanneiden opiskelijoiden äidinkieli
Kuvio 2.1.10: Vastanneiden opiskelijoiden asuinkunnan koko
Kuvio 2.1.11: Vastanneiden opiskelijoiden koulutustausta
Kuvio 2.1.12: Vastanneiden opiskelijoiden ulkomailla viettämä aika
Kuvio 2.1.14: Vastanneiden opiskelijoiden koulutus kolmiportaisena
Kuvio 2.1.15: Opiskelijoiden osuus eri koulutusasteiden mukaan Suomessa
Kuvio 2.1.16: Otantavääristymä koulutuksen osalta

OSION 2.2 LIITTEET
Kuvio 2.2.1: Työnantajien tärkeinä pitämät rekrytointikriteerit vuonna 2005
Kuvio 2.2.2: Erot muissa rekrytointikriteereissä kansainvälistä osaamista arvostavien ja ei arvostavien välillä.

OSION 2.3 LIITTEET
Kuvio 2.3.1: Ominaisuudet, joihin opiskelijat yhdistävät kansainväliseen osaamiseen
Kuvio 2.3.2: Opiskelijoiden mielikuvat kansainvälisyydestä
Kuvio 2.3.3: Työnantajien mielikuvat kansainvälisyydestä
Taulukko 2.3.4: Opiskelijat hahmottavat kansainvälisen osaamisen neljän itsenäisen dimenssion, eli faktorin, kautta.

OSION 2.4 LIITTEET
Kuvio 2.4.1: Asioiden tekeminen muulla kuin omalla äidinkielellä: kansainvälisin kolmas vastanneista
Kuvio 2.4.2: Asioiden tekeminen muulla kuin omalla äidinkielellä: vähiten kansainvälinen kolmas vastaajista
Kuvio 2.4.3: Sukupuolen yhteys siihen, kuinka kansainväliseksi itsensä kokee
Kuvio 2.4.4: Kansainvälisyys ja ulkomailla asuminen
Kuvio 2.4.5: Kansainvälisyys ja kielitaito
Kuvio 2.4.6: Kansainvälisyys ja kansainväliset yhteydet
Kuvio 2.4.7: Vastaajan oman kansainvälisyyden vaikutus kansainvälisen osaamisen hahmottamiseen
Kuvio 2.4.8: Koulutuksen yhteys kokemukseen kansainvälisyydestä

OSION 2.1 LIITTEET

Kuvio 2.4.9: Opiskelijoiden kokemus omasta kansainvälisyydestä suhteutettuna kansainvälisen osaamisen hyödyllisyyteen
Kuvio 2.4.10: Kiinnostus maailman tapahtumia kohtaan ja vieraiden kielten käyttö
Kuvio 2.4.11: Kiinnostus maailman suuria kysymyksiä kohtaan ja oma arvio kielitaidosta
Kuvio 2.4.12: Kiinnostus maailman suuria kysymyksiä kohtaan ja osuus Facebook-kavereista, jotka ovat ulkomaalaisia

OSION 2.5 LIITTEET

Kuvio 2.5.1: Passiivinen kielenkäyttö ja kansainvälinen liikkuvuus
Kuvio 2.5.2: Aktiivinen kielenkäyttö ja kansainvälinen liikkuvuus
Kuvio 2.5.3: Passiivinen kielenkäyttö ja kansainvälisen osaamisen hyödyllisyys
Kuvio 2.5.4: Aktiivinen kielenkäyttö ja kansainvälisen osaamisen hyödyllisyys
Kuvio 2.5.5: Passiivinen kielenkäyttö ja koulutusaste
Kuvio 2.5.6: Aktiivinen kielenkäyttö ja koulutusaste

MUUT TUTKIMUKSEN LIITTEET

Kuvio 2.6.1: Opiskelijoiden suhtautuminen kansainvälisyyteen
Kuvio 2.6.2: Työnantajien suhtautuminen kansainvälisyyteen
Kuvio 2.6.3: Kansainvälisyys on hyvä asia
Kuvio 2.6.4: Opiskelijoiden ja työnantajien oma arvio siitä, kuinka ihmiset yleisesti suhtautuvat kansainvälisyyteen.
Kuvio 2.6.5 Vastaajien arvio väitteeseen “Kansainvälisyys on arkipäivää”

Kuvio 2:14 Passiivinen kielenkäyttö ja kiinnostus suuria kysymyksiä kohtaan.
Kuvio 2:15 Aktiivinen kielenkäyttö ja kiinnostus suuria kysymyksiä kohtaan.

OSION 2.1 LIITTEET

Kyselytutkimuksen toteutus

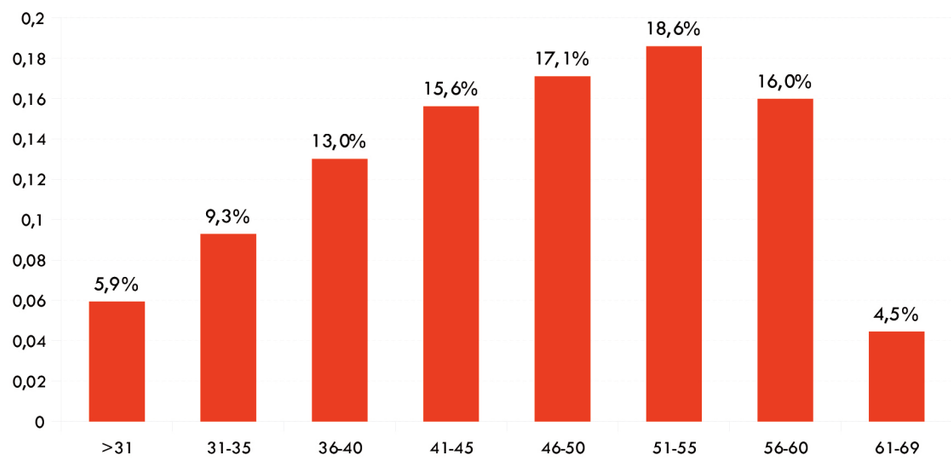
Työnantaja-aineistoon vastaajia etsittiin ottamalla puhelimella yhteyttä rekisteriotannan pohjalta valittuun satunnaisotantaan suomalaisia työnantajia. Puhelimessa heitä pyydettiin vastaamaan verkkokyselyyn. Vastausprosessin aikana havaittiin, että yksityisen sektorin työnantajat jättivät noin kaksinkertaisella todennäköisyydellä vastaamatta kyselyyn julkisiin työnantajiin verrattuna. Ilmiön havaittiin vääristävän otosta ja sen korjaamiseksi yhteydenottoja tehtiin lopulta yksityiselle sektorille suhteessa enemmän kuin mikä on yksityisen sektorin osuus Suomen työnantajista.

Opiskelija-aineiston kerääminen toteutettiin niin ikään verkkokyselyn avulla. Kysely levitettiin CIMO:n oppilaitoskontaktien kautta oppilaitoksiile, jotka puolestaan välittivät kyselyä saateviestin kanssa opiskelijoiden sähköpostilistoille.

TAUSTAMUUTTUJAT

Taustamuuttujia tarkastellaan erilaisissa tilastollisissa tutkimuksissa tavallisesti sen vuoksi, että niiden avulla on mahdollista tarkastella tutkimuksen otoksen vastaavuutta perusjoukon kanssa. Tässä tutkimuksessa on kaksi erillistä perusjoukkoa. Työnantaja-aineistoa vastaava perusjoukko ovat suomalaiset työnantajat kokonaisuutena. Opiskelija-aineisto koostuu vastaajista, jotka ovat suomalaiseen tutkintoon johtavassa koulutuksessa olevia opiskelijoita. Tarkastelemme seuraavaksi, kuinka edustavia otoksia tämän tutkimuksen aineistot ovat.

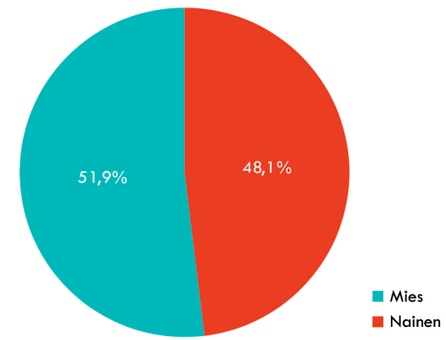
TAUSTAMUUTTUJAT: TYÖNANTAJAT



Kuvio 2.1.1: Vastanneiden työnantajien ikäjakauma.

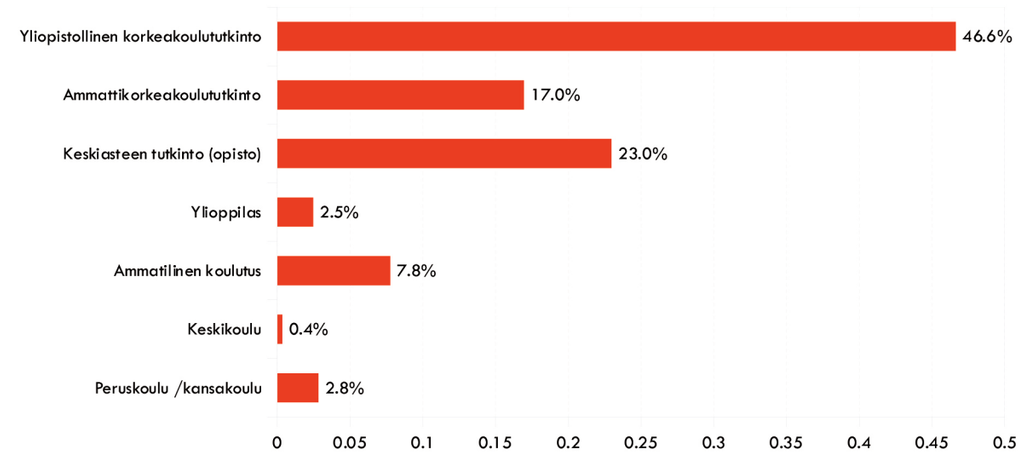
Vastaajien keskimääräinen ikä on 46,57 vuotta, mitä voidaan pitää odotettavana. Tämän huomioon ottaen työnantajien ikäjakauma vastaa oletettua.

Kuvio 2.1.2: Vastanneiden työnantajien sukupuolijakauma.



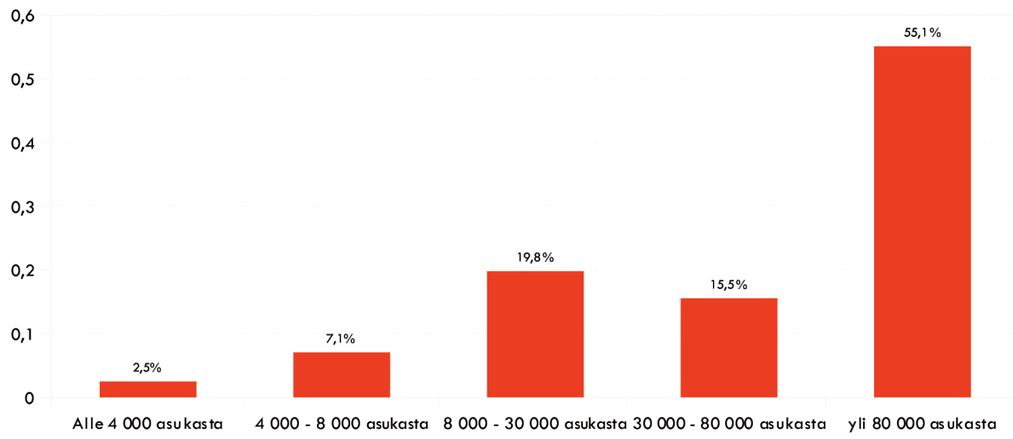
Työnantajien sukupuolijakauma on tasainen. Tarkkoja tietoja ei ole saatavilla, mutta voidaan olettaa perusjoukon olevan kuitenkin jossain määrin miesvaltainen. Luultavasti aineisto on siis näiltä osin jossain määrin vääristynyt.

Kuvio 2.1.3: Vastanneiden työnantajien koulutusaste.



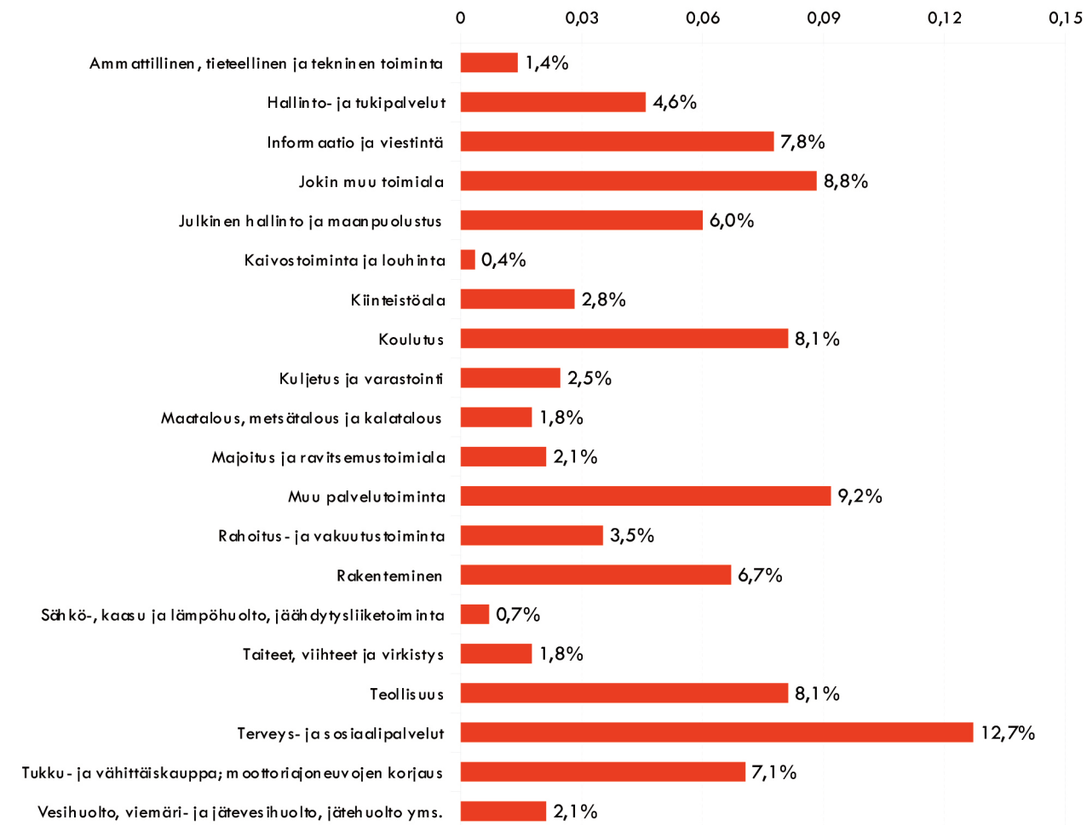
Vastaajista lähes puolella (46,6%) on yliopistollinen korkeakoulututkinto. Tätä voidaan pitää oletettuna tuloksena, kun huomioidaan, että rekrytointipäätöksiä tekevät henkilöt ovat yleensä johtavassa asemassa. Näiltä osin aineiston jakauma vastannee karkeasti perusjoukon todellista jakaumaa.

Kuvio 2.1.4: Työnantajan toimipaikan sijaintikunnan koko.



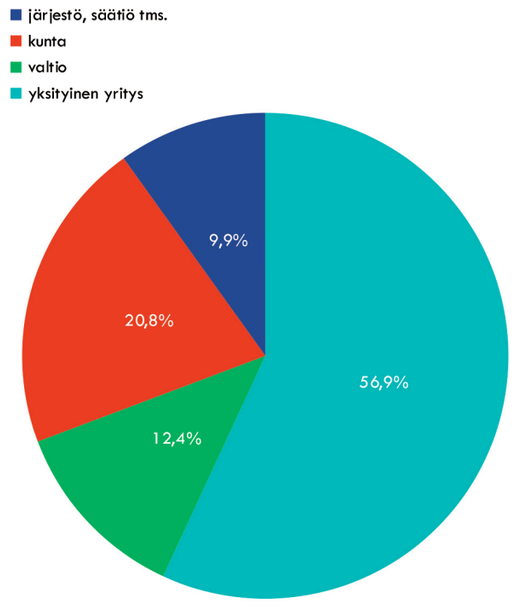
Yli puolet (55,1 %) vastaajien toimipaikoista sijaitsee suurissa tai keskisuurissa kaupungeissa.

Kuvio 2.1.5: Työnantajan toimiala.
Aineistossa on laajasti edustusta eri toimialoilta.

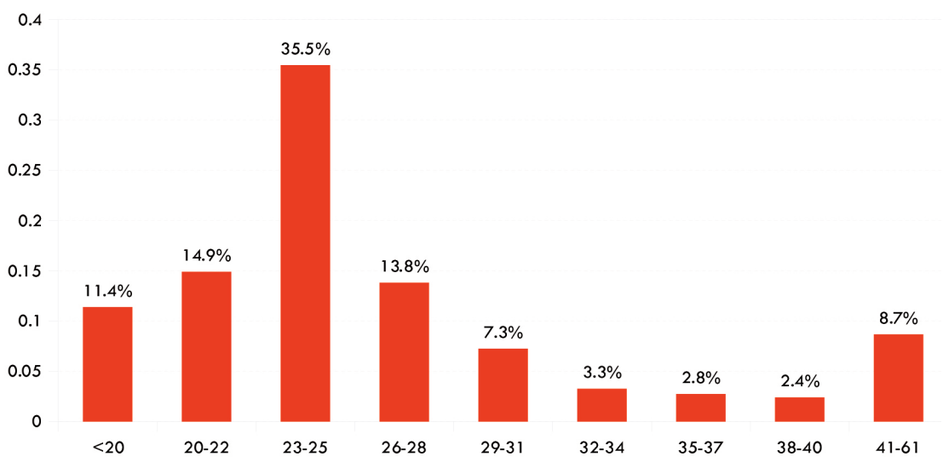


Kuvio 2.1.6: Työnantajan toimintasektori.

Julkisen sektorin koon osalta aineisto ei täsmällisesti vastaa tämänhetkistä tilannetta suomalaisessa yhteiskunnassa. Aineistossa julkisen sektorin kooksi saadaan 43,1 %, kun todellisuudessa se on noin 27,8 % (vuonna 2006 osuus kaikista työpaikoista oli 27,8 % : Tilastokeskuksen mukaan).



TAUSTAMUUTTUJAT: OPISKELIJAT

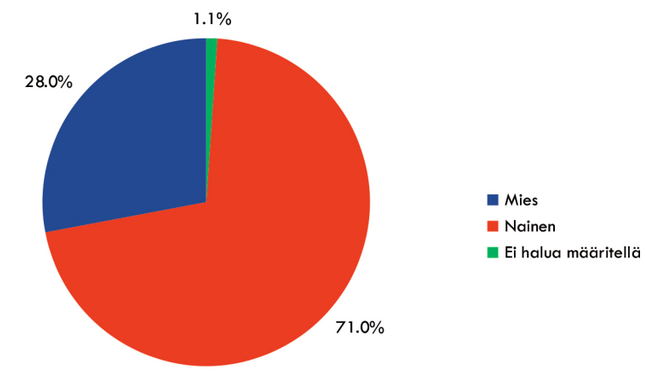


Kuvio 2.1.7: Vastanneiden opiskelijoiden ikäjakauma.

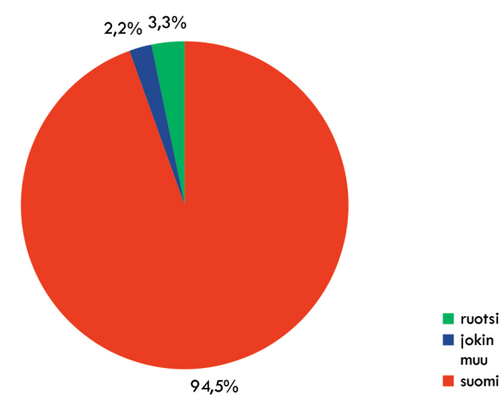
Opiskelijoiden ikäjakauma vastaa odotettua. Yli 41-vuotiaita vastaajia on yllättävän paljon, mikä johtuu osin siitä, että kysely lähetettiin myös oppisopimusopiskelijoille.

Kuvio 2.1.8: Vastanneiden opiskelijoiden sukupuolijakauma.

Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2010 opiskelijoista 51 % oli naisia, kun vastaava luku aineistossa on 71 %. Ero on näiltä osin merkittävä.

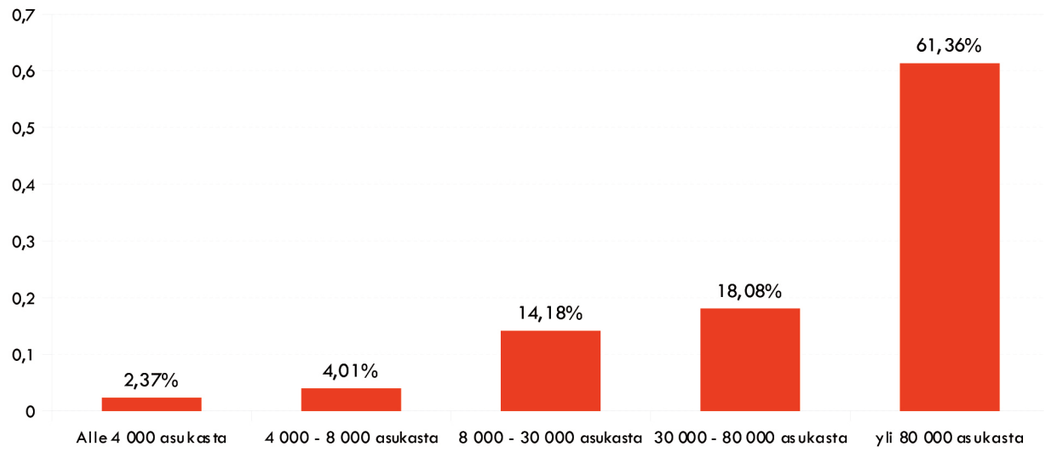


Kuvio 2.1.9: Vastanneiden opiskelijoiden äidinkieli. Lähes kaikki vastaajat puhuvat äidinkielenään suomea.



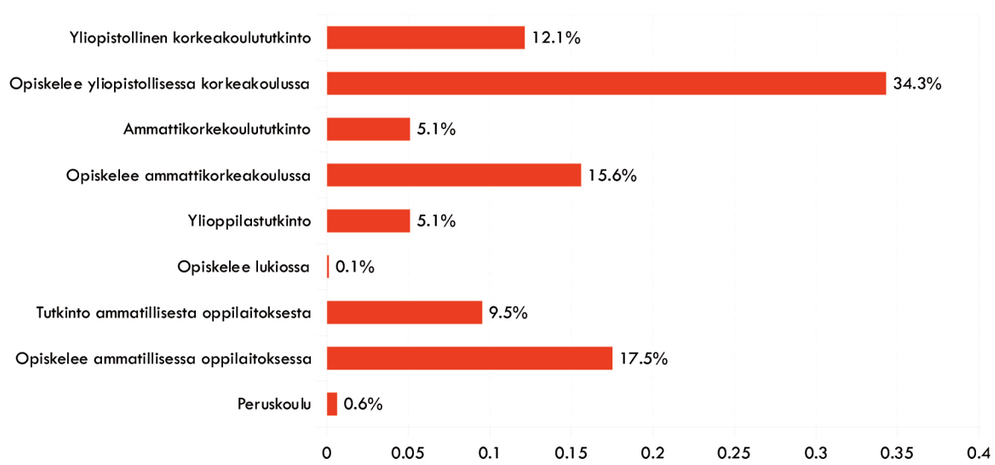
Kuvio 2.1.10: Vastanneiden opiskelijoiden asuinkunnan koko.

Enemmistö (61,36 %) vastaajista asuu ja opiskelee vähintään suurehkoissa kaupungeissa. Tämän voidaan katsoa vastaavan perusjoukon vastaavaa jakaumaa.



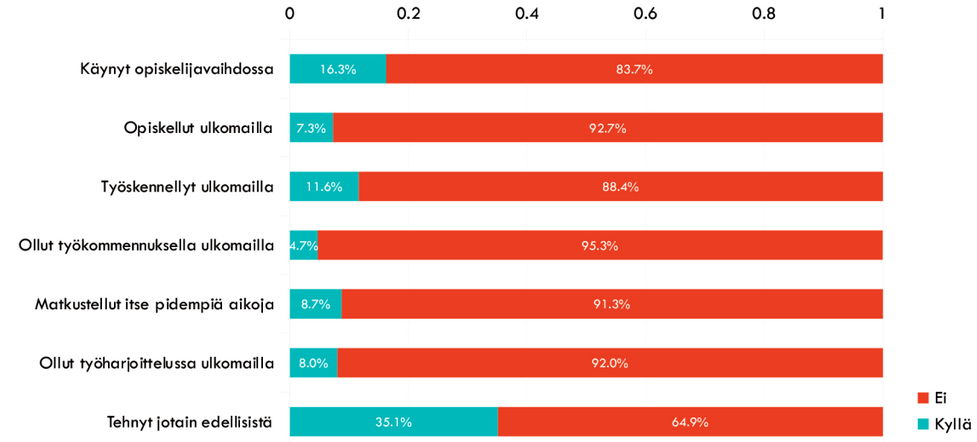
Kuvio 2.1.11: Vastanneiden opiskelijoiden koulutustausta.

Koulutustaustaltaan vastaajista lähes puolet (46,4 %) on korkeakouluopiskelijoita tai heillä on korkeakoulututkinto. Vastaavasti vain noin neljännes (26,0 %) opiskelee tai on valmistunut ammatillisesta 2. asteen oppilaitoksesta.



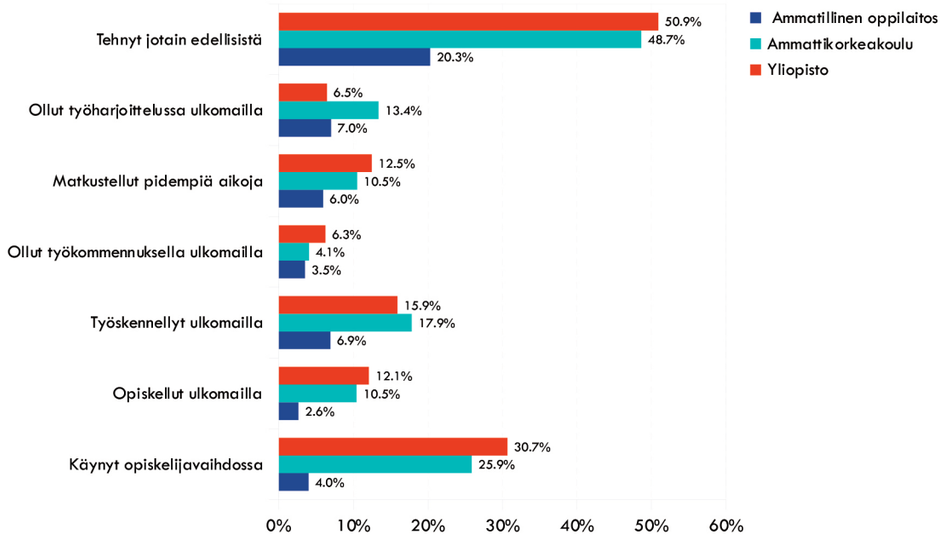
Kuvio 2.1.12: Vastanneiden opiskelijoiden ulkomailla viettämä aika.

Opiskelijoista noin kolmannes on ainakin jollain edellä mainituista tavoista viettänyt pitkän ajanjakson ulkomailla.



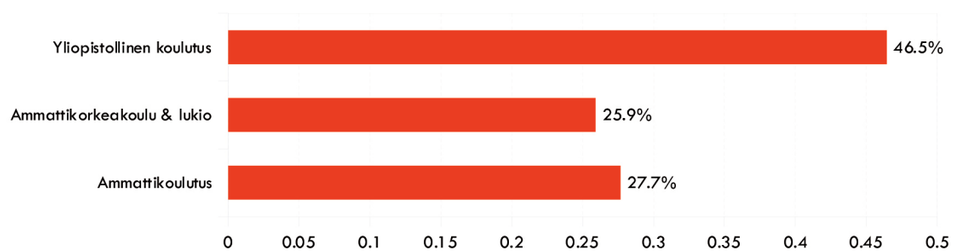
Kuvio 2.1.13: Vastanneiden opiskelijoiden ulkomailla viettämä aika koulutustaustan mukaan

Koulutusasteella on erittäin suuri vaikutus siihen, onko vastaaja käynyt opiskelijavaihdossa tai muusta syystä viettänyt pidempiä aikoja ulkomailla. Ammatillisessa koulutuksessa vain 4 % vastaajista on ollut opiskelijavaihdossa, kun taas yliopisto-opiskelijoista vaihdossa on ollut 30,7 %.

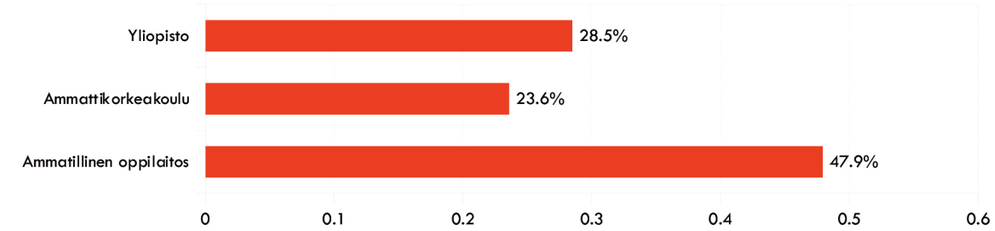


Kuvio 2.1.14: Vastanneiden opiskelijoiden koulutus kolmiportaisena.

Vastaajista lähes puolet on yliopistollisessa koulutuksessa tai heillä on yliopistollinen korkeakoulututkinto. Vastaavasti vain noin neljännes on ammattikoulutuksessa tai ammattikorkeakoulutuksessa.



Kuvio 2.1.15: Opiskelijoiden osuus eri koulutusasteiden mukaan Suomessa.



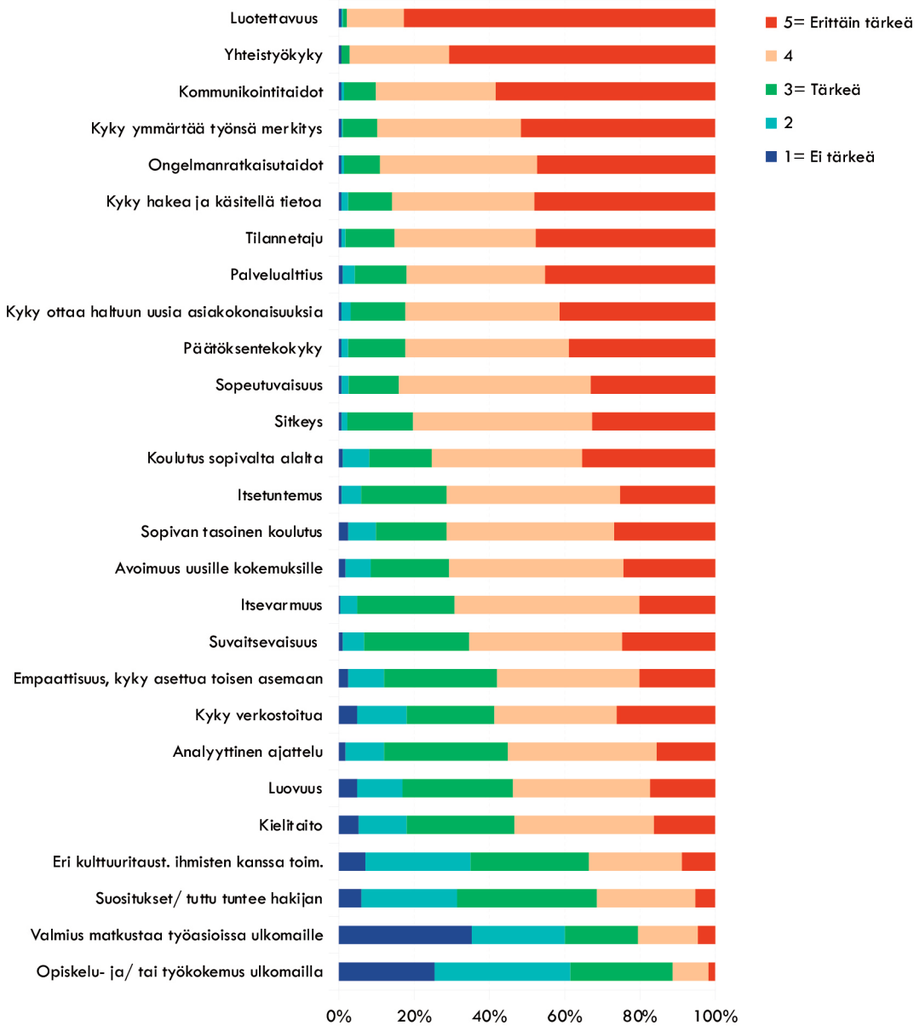
Koulutustason otannan takia on käytetty tämän huomioon ottavaa korjauskerrointa.

Koska aineisto poikkeaa sukupuoli- ja koulutustasojakauman osalta merkittävästi perusjoukosta, päätettiin käyttää analyyseissä korjauskertoimia, jotka ottavat vääristymät huomioon. Korjauskertoimet on laskettu vertaamalla aineiston jakaumia vastaavista ikäryhmistä saatavilla oleviin todellisiin jakaumiin (lähde: Tilastokeskus). Korjauskertoimia on käytetty tämän tutkimuksen opiskelija-aineiston pohjalta tehdyissä taulukoissa ja kuvaajissa. Mikäli korjauskertoimia ei ole käytetty, on asia mainittu erikseen.

Käytännössä korjauskertoimien käyttö tarkoittaa, että aineiston efektiivinen koko on pienempi kuin sen varsinainen koko. Vastaavaan mittaustarkkuuteen olisi voitu päästä noin tuhannen opiskelijan kokoisella aineistolla, jossa sukupuoli- ja koulutustasojakauma noudattaa perusjoukkoa. Aineiston laatua rasittaa erityisesti ammatillisessa koulutuksessa olevien miesten suhteellisen alhainen määrä. Jatkotutkimuksessa onkin tärkeää kiinnittää erityishuomiota tähän ryhmään aineiston keruun yhteydessä edustavuuden takaamiseksi.

	MIES	NAINEN
Ammatillinen oppilaitos	2.995	1.230
Ammattikorkeakoulu	1.578	0.648
Yliopisto	1.063	0.437

Opiskelija-aineistossa käytetyt sukupuoli- ja koulutustasovääristymän huomioon ottavat korjauskertoimet. Kertoimista voi havaita, että etenkin ammatillisessa koulutuksessa olevista miehistä oli aineistossa aliedustusta, kun korkeakoulutuksessa olevista naisista oli yliedustusta.



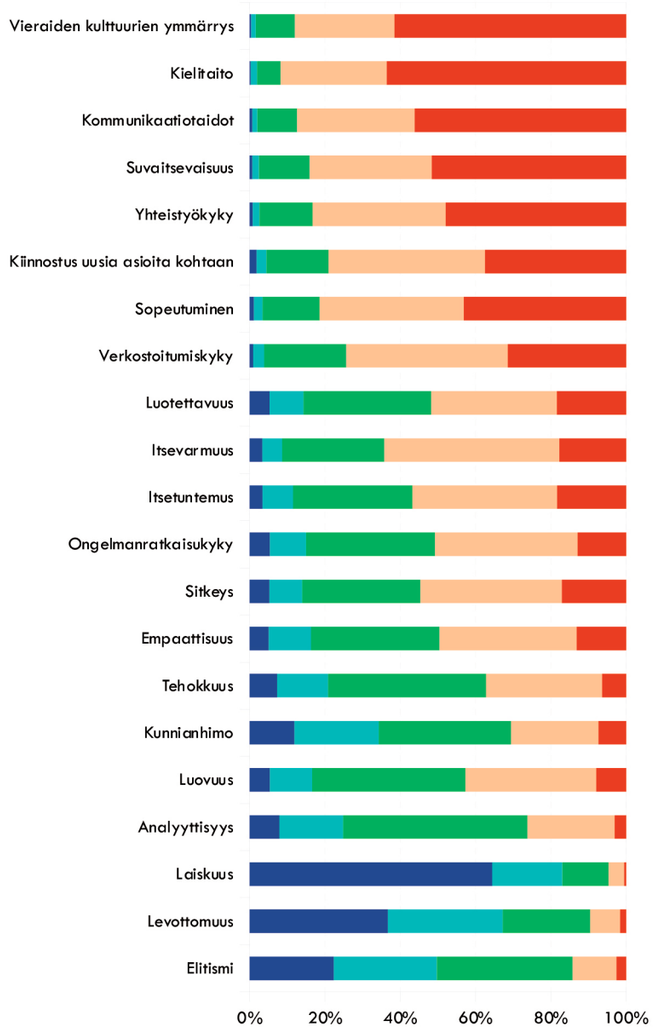
Kuvio 2.2.1: Työnantajien tärkeinä pitämät rekrytointikriteerit vuonna 2005.

		EI KIINNOSTA	KIINNOSTAA	LISÄPISTEITÄ	ETULYÖNTIASEMA
Kyky verkostoitua	1= Ei tärkeä	15.9%	3.4%	0.0%	0.0%
	2	28.6%	10.3%	8.6%	0.0%
	3= Tärkeä	31.7%	24.1%	14.8%	27.3%
	4	12.7%	39.7%	38.3%	31.8%
	5= Äärimmäisen tärkeä	11.1%	22.4%	38.3%	40.9%
Luovuus	1= Ei tärkeä	15.9%	3.4%	0.0%	0.0%
	2	20.6%	12.1%	8.6%	0.0%
	3= Tärkeä	23.8%	37.9%	22.2%	27.3%
	4	27.0%	34.5%	44.4%	45.5%
	5= Äärimmäisen tärkeä	12.7%	12.1%	24.7%	27.3%
Avoimuus uusille kokemuksille	1= Ei tärkeä	4.8%	1.7%	0.0%	0.0%
	2	9.5%	10.3%	1.2%	0.0%
	3= Tärkeä	33.3%	19.8%	14.8%	13.6%
	4	38.1%	48.3%	51.9%	40.9%
	5= Äärimmäisen tärkeä	14.3%	19.8%	32.1%	45.5%
Eri kulttuuritaustaisten ihmisten kanssa toim.	1= Ei tärkeä	15.9%	6.0%	3.7%	0.0%
	2	28.6%	34.5%	21.0%	18.2%
	3= Tärkeä	28.6%	35.3%	32.1%	18.2%
	4	19.0%	19.0%	32.1%	45.5%
	5= Äärimmäisen tärkeä	7.9%	5.2%	11.1%	18.2%
Kyky ottaa haltuun uusia asi-akokonaisuuksia	1= Ei tärkeä	1.6%	0.9%	0.0%	0.0%
	2	3.2%	2.6%	2.5%	0.0%
	3= Tärkeä	27.0%	12.1%	8.6%	13.6%
	4	34.9%	48.3%	39.5%	27.3%
	5= Äärimmäisen tärkeä	33.3%	36.2%	49.4%	59.1%
Kyky hakea ja käsitellä tietoa	1= Ei tärkeä	1.6%	0.9%	0.0%	0.0%
	2	4.8%	0.9%	1.2%	0.0%
	3= Tärkeä	19.0%	11.2%	8.6%	4.5%
	4	36.5%	38.8%	40.7%	27.3%
	5= Äärimmäisen tärkeä	38.1%	48.3%	49.4%	68.2%

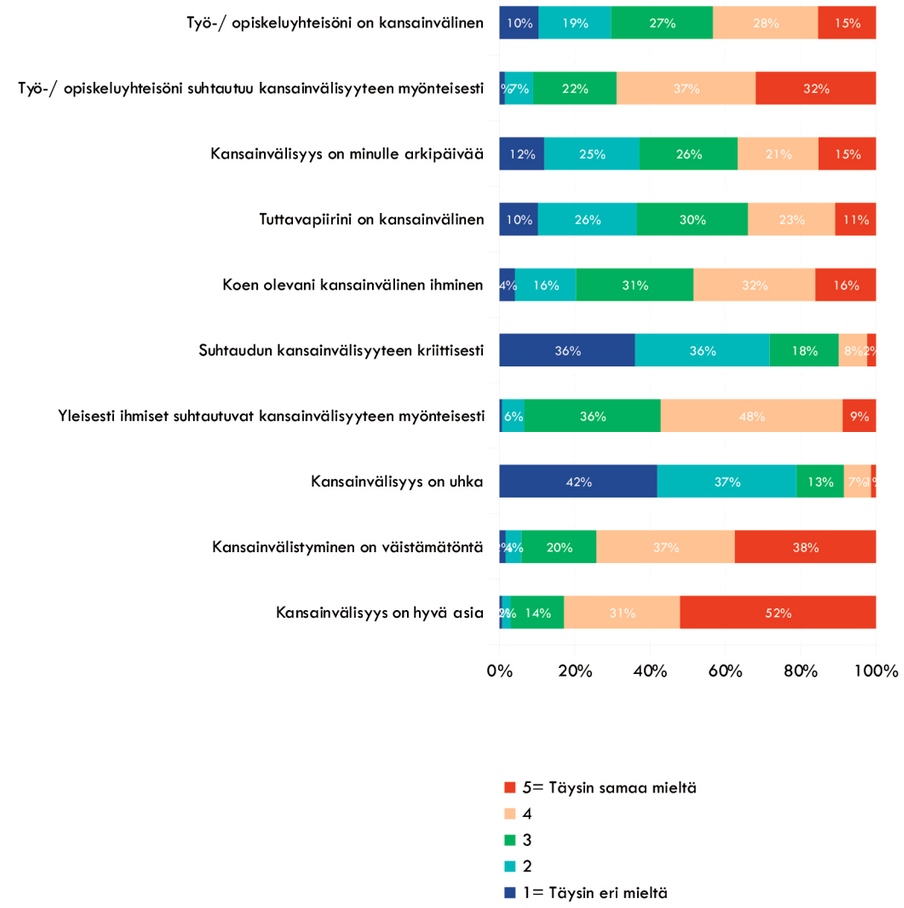
Kuvio 2.2.2: Erot muissa rekrytointikriteereissä kansainvälistä osaamista arvostavien ja ei arvostavien välillä.

Havaitsemme, että ne työnantajat, jotka pitävät kansainvälistä osaamista tärkeänä rekrytointikriteerinä, pitävät verkostoitumiskykyä, luovuutta ja avoimuutta uusille kokemuksille huomattavasti useammin äärimmäisen tärkeänä rekrytointikriteerinä.

Ei kiinnosta: Ei ole rekrytoinnissa kiinnostunut kansainvälisestä osaamisesta.
Kiinnostaa: Kansainvälinen kokemus on sinänsä hyvä, mutta ei merkitystä rekrytoinnissa.
Lisäpisteitä: Ottaa kansainvälisen kokemuksen huomioon ja siitä saa lisäpisteitä.
Etulyöntiasema: Kansainvälinen kokemus antaa hakijalle etulyöntiaseman.

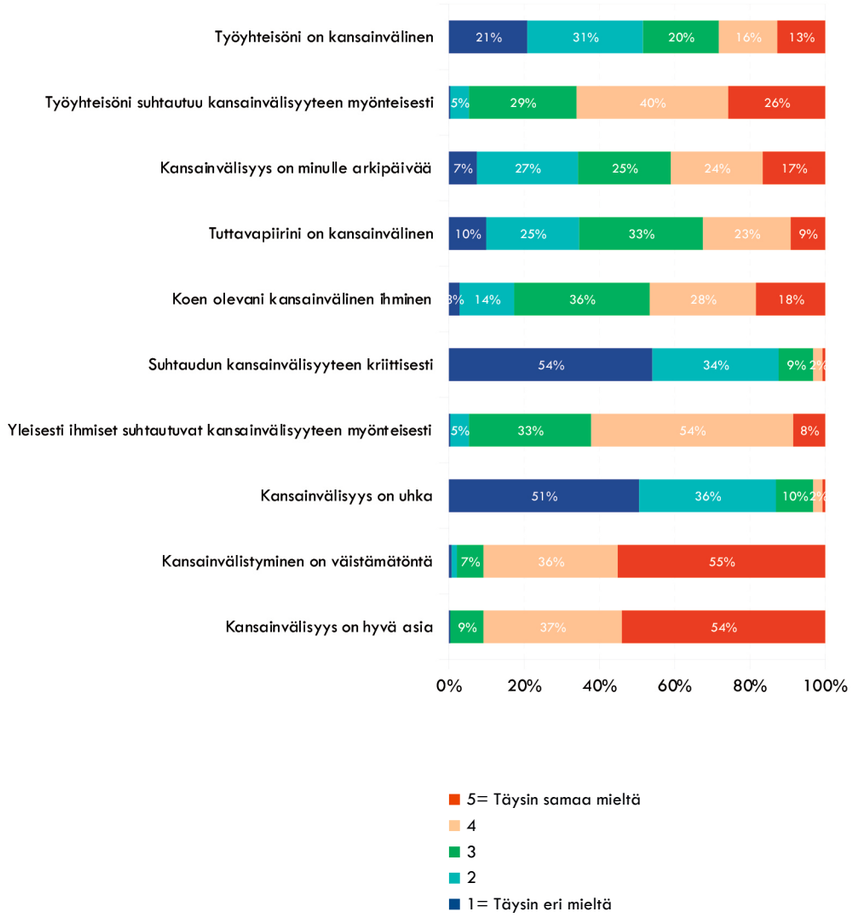


Kuvio 2.3.1: Ominaisuudet, joihin opiskelijat yhdistävät kansainväliseen osaamiseen.



Kuvio 2.3.2: Opiskelijoiden mielikuvat kansainvälisyydestä.

Kuvio 2.3.3: Työnantajien mielikuvat kansainvälisyydestä.



Taulukko 2.3.4: Opiskelijat hahmottavat kansainvälisen osaamisen neljän itsenäisen dimenssion eli faktorin, kautta.

ROTATOITU FAKTORIRATKAISU : OPISKELIJAT					ETULYÖNTIASEMA
	Uteliaisuutta	Tuottavuutta	Sitkeää toteuttajuutta	Elitismiä	0.0%
Vieraiden kulttuurien ymmärrys	0.785	0.006	0.071	-0.135	0.0%
Suvaitsevaisuus	0.697	0.259	0.079	-0.226	27.3%
Kommunikaatiotaidot	0.635	0.185	0.164	-0.125	31.8%
Kielitaito	0.574	-0.059	0.014	0.029	40.9%
Yhteistyökyky	0.561	0.469	0.206	-0.246	0.0%
Sopeutuvuus	0.548	0.246	0.391	-0.159	0.0%
Kiinnostus uusia asioita kohtaan	0.532	0.273	0.388	-0.117	27.3%
Verkostoitumiskyky	0.511	0.178	0.218	0.034	45.5%
Luotettavuus	0.133	0.72	0.22	-0.045	27.3%
Tehokkuus	0.042	0.613	0.211	0.243	0.0%
Ongelmanratkaisukyky	0.142	0.595	0.361	0.076	0.0%
Luovuus	0.077	0.583	0.286	0.141	13.6%
Analyyttisyys	0.067	0.51	0.187	0.436	40.9%
Empaattisuus	0.324	0.479	-0.004	0.011	45.5%
Itsevarmuus	0.22	0.281	0.715	0.106	0.0%
Sitkeys	0.175	0.434	0.662	0.077	18.2%
Itsetuntemus	0.258	0.361	0.495	0.008	18.2%
Levottomuus	-0.136	0.024	-0.048	0.712	45.5%
Elitismi	-0.079	0.117	0.08	0.646	18.2%
Laiskuus	-0.276	0.006	-0.085	0.602	0.0%
Kunnianhimo	0.071	0.147	0.345	0.474	0.0%

Kuvaus menetelmästä: Faktorianalyysi

Suurimman uskottavuuden analyysimenetelmällä tehdyssä faktorianalyysissä päädyttiin itseisarvojen ja sisäisen uskottavuuden perusteella neljän faktorin ratkaisuun. Työnantajien voidaan tulkita hahmottavan kansainvälistä osaamista neljän itsenäisen ulottuvuuden eli faktorin kautta. Ensimmäisen faktorin ominaisarvo on 6.50, toisen 2.60, kolmannen 1.53 ja neljännen 1.10. Viidennen faktorin ominaisarvo on 1.05. Viidennen faktorin pois jättäminen analyysistä perustui pääosin siihen, että viides faktori ei mielekkäällä tavalla enää lisännyt ratkaisun selityskykyä.

Kolmen faktorin ratkaisu olisi selittänyt vaihtelua lähes yhtä hyvin, mutta tässä ratkaisussa kohtuuttoman monet muuttujat olisivat latautuneet useammalle faktorille. Kolmen faktorin ratkaisu olisi selittänyt kokonaisvaihtelusta 50,6 % osuuden. Käytetty neljän faktorin ratkaisu puolestaan selittää vaihtelusta 55,84 %. Ratkaisu rotatoitiin Varimamaxin menetelmällä, joka tuottaa lopputuloksenaan toisistaan täysin itsenäiset dimensiot. Rotatoitu faktoriratkaisun tulos näkyy kuvioissa 2:10 ja 2:2:1.

Summamuuttujan ”kansainvälisyys on arkea” muodostus

Muodostimme summamuuttujan opiskelija- ja työnantaja-aineistoon, jota kutsumme nimellä “Kansainvälisyys on arkea (kv on arkea)”.

> ”Kuinka suhtaudut seuraaviin väitteisiin?
> (1= Täysin eri mietä. 5= Täysin samaa mieltä)
> 1. Koen olevani kansainvälinen ihminen
> 2. Tuttavapiirini on kansainvälinen
> 3. Kansainvälisyys on minulle arkipäivää”

Vastaukset kysymyksiin korreloivat voimakkaasti keskenään (korrelaatiot ovat välillä 0,64 – 0,75) sekä opiskelija-aineistossa että työnantaja-aineistossa. Korrelaatiot näiden kysymysten välillä ovat merkittävästi korkeampia kuin muiden vastaavien kysymysten välillä ja ne ovat hyvin samansuuruisia opiskelijoilla ja työnantajilla. (LIITE 1 & LIITE 2) Näiden havaintojen nojalla näistä muuttujista on suoran summamuuttujan periaatteella muodostettu molempiin aineistoihin summamuuttuja ”kansainvälisyys on arkea”.

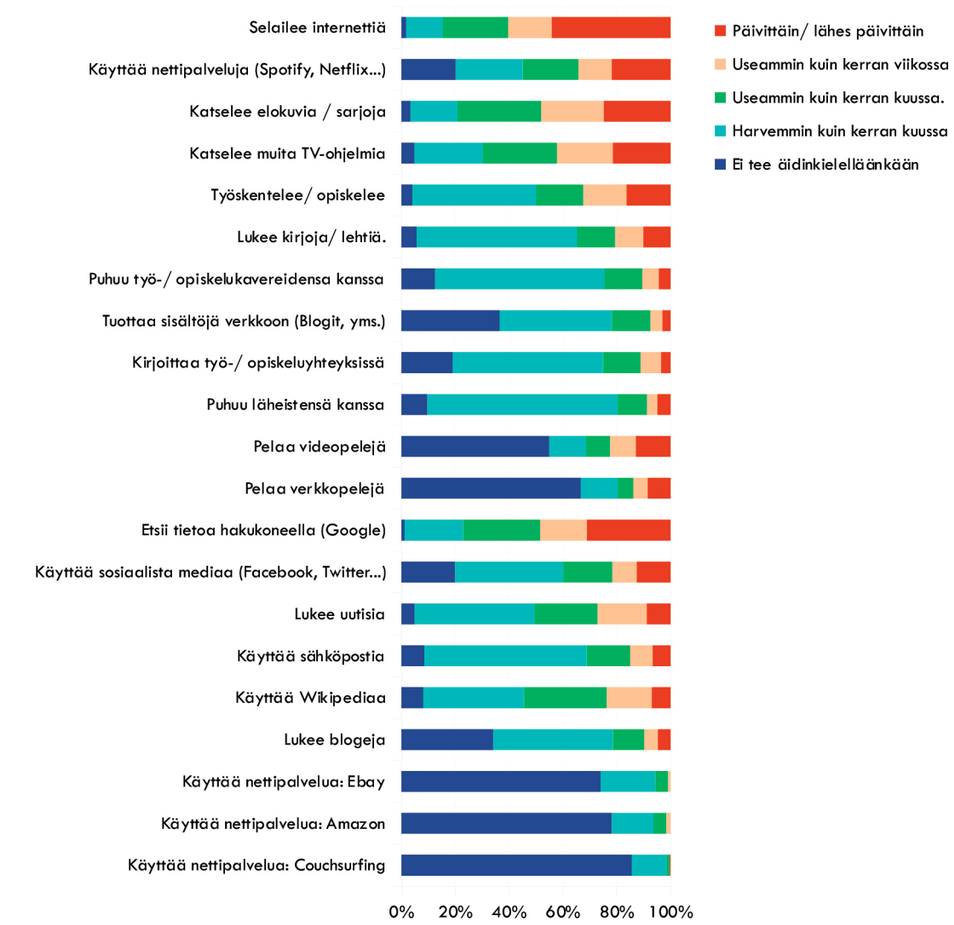
Käytämme tätä muuttujaa mittaamaan vastaajan kansainvälisyyttä. Arviomme sen toimivuutta mittarina kahdesta näkökulmasta. Mittaako se oikeaa asiaa, eli kansainvälisyyttä ja kuinka tarkasti se mittaa kansainvälisyyttä.

Jälkimmäisen kysymykseen vastataksemme toteamme, että ainakin mittarin reliabiliteetti on molempien aineistojen kohdalla erinomainen (Opiskelijat: Cronbahin Alpha= 0,861 & Työnantajat: Cronbahin Alpha= 0,867). Koska aineistoja on kerätty kahdesta varsin erilaisesta vastaajapopulaatiosta ja reliabiliteetit ovat tästä huolimatta hyvin samanlaiset, voidaan olettaa mittarin reliabiliteetin olevan varsin hyvä myös väestötasolla. Varmuuden saaminen vaatii kuitenkin luonnollisesti empiiristä todentamista.

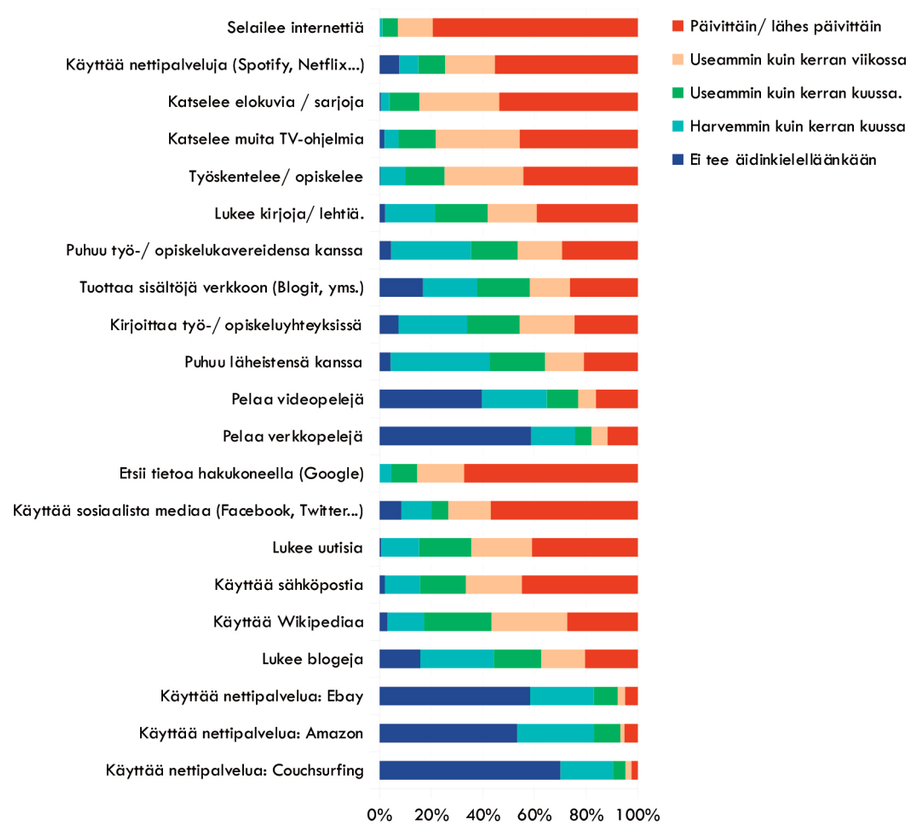
On mahdotonta sanoa mittaako mittari täsmällisesti kansainvälisyyttä, koska käsite kansainvälisyys ei ole yksiselitteisesti määrittynyt. Eri ihmiset voivat hahmottaa sitä jokainen hieman omalla tavallaan. Toiseksi kansainvälisyys ei ole absoluuttinen ilmiö, kuten esimerkiksi pituus tai paino, vaan suhteellinen ilmiö. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että ihmisen kansainvälisyys määrittyy aina suhteessa vertailujoukon kansainvälisyyteen.

Nämä edellä mainitut ongelmat tekevät kansainvälisyyden mittaamisesta varsin haasteellista. Tästä huolimatta voidaan sanoa, että käytetty mittari on varsin hyvä kuvaamaan kyseisen henkilön kansainvälisyyden tasoa. Tämän voi havaita helpoiten tarkastelemalla mittarin korrelaatiota muihin vastaajien kansainvälisyyttä kuvaaviin muuttujiin. Havaitsemme, että mittari on sekä työnantajilla että opiskelijoilla voimakkaassa yhteydessä kielitaitoon, ulkomailla asumiseen sekä siihen kuinka osuus ystävistä ja tuntemista ihmisistä asuu ulkomailla. Työnantajilla se on lisäksi yhteydessä kansainvälisen osaamisen arvostamiseen rekrytointikriteerinä ja siihen onko työpaikalla kansainvälistä toimintaa. Opiskelijoilla mittari on lisäksi yhteydessä ulkomaalaisten Facebook-kavereiden osuuteen sekä siihen, onko itse käynyt vaihdossa, työskentelemässä tai matkustelemassa pidempiä ajanjaksoja ulkomailla.

Kuvio 2.4.1: Asioiden tekeminen muulla kuin omalla äidinkielellä: kansainvälisin kolmannes vastanneista.

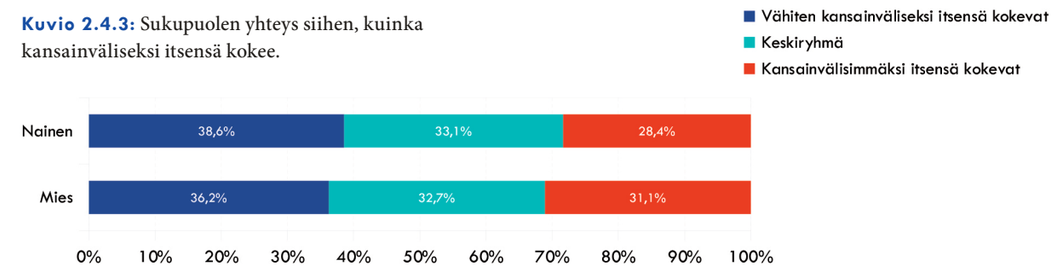


Kuvio 2.4.2: Asioiden tekeminen muulla kuin omalla äidinkielellä: vähiten kansainvälinen kolmas vastaajista.

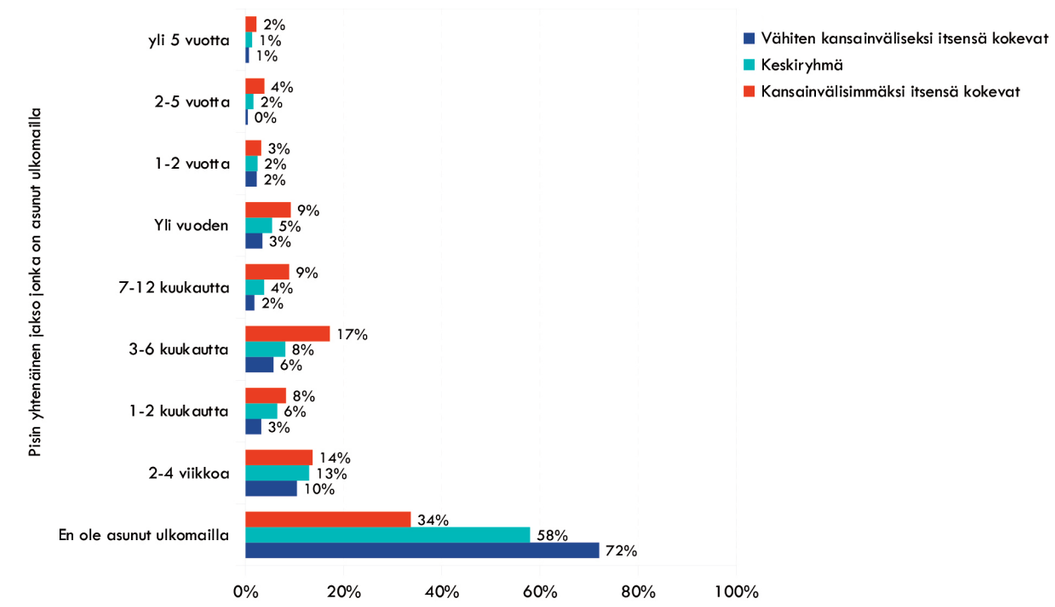


Vähiten kansainvälinen kolmannes tekee selvästi muita ryhmiä vähemmän asioita muulla kuin omalla äidinkielellään. Huomioitavaa on myös, että vastaajista löytyy jonkin verran suurempi joukko, joka ei tee tiettyjä asioita edes omalla äidinkielellään.

Kuvio 2.4.3: Sukupuolen yhteys siihen, kuinka kansainväliseksi itsensä kokee.



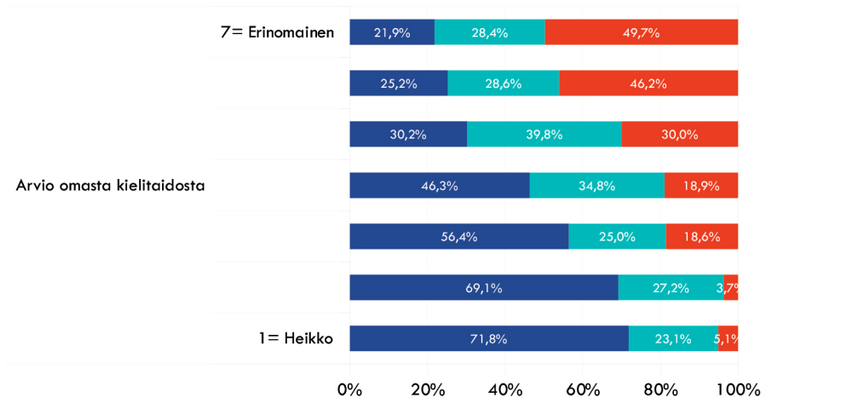
Kuvio 2.4.4: Kansainvälisyys ja ulkomailla asuminen.



Kuvio 2.4.3: Sukupuolen ja kansainvälisyyden kokemuksen välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää yhteyttä. Vastaava ero löytyy myös, jos sama kuvaaja piirretään ilman korjauskertoimia, mutta tällöinkään ero ei ole tilastollisesti merkitsevä.

Kuvio 2.4.4: Ulkomailla asumisen ja kansainvälisyyden välillä on havaittavissa varsin selkeä yhteys. Mitä pidemmän jakson ihminen on asunut ulkomailla sitä todennäköisemmin hän kokee itse olevansa kansainvälinen ihminen.

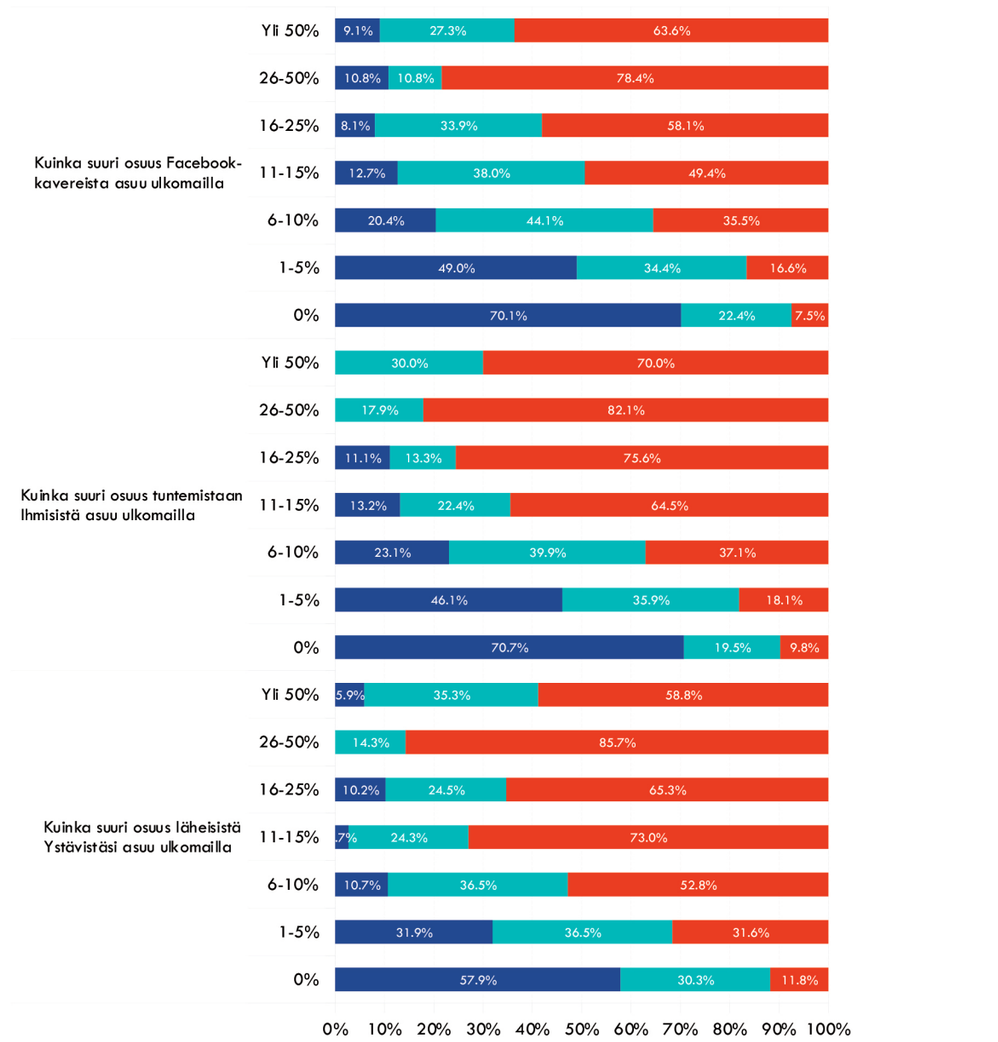
Kuvio 2.4.5: Kansainvälisyys ja kielitaito.



Kielitaidon ja kansainvälisyyden välillä on havaittavissa erittäin selkeä yhteys.

- Vähiten kansainväliseksi itsensä kokevat
- Keskiryhmä
- Kansainvälisimmäksi itsensä kokevat

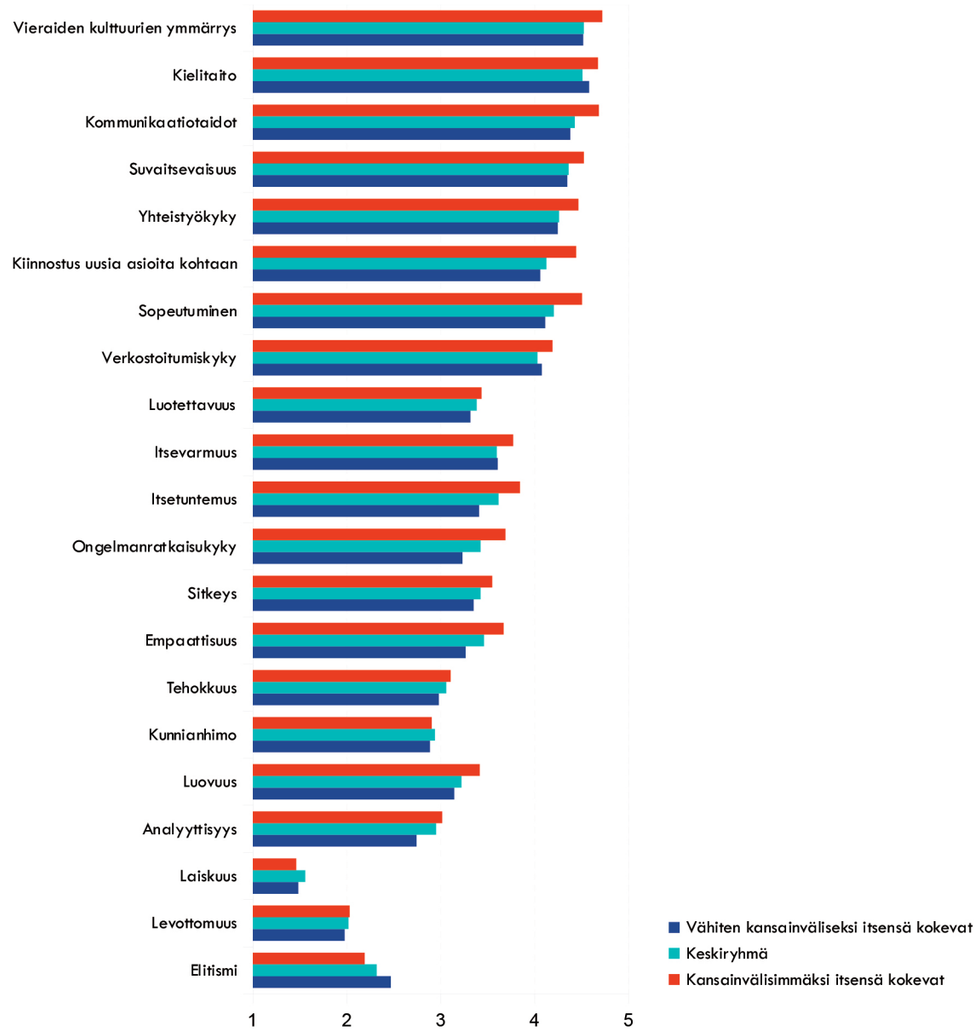
Kuvio 2.4.6: Kansainvälisyys ja kansainväliset yhteydet.



Kansainvälisyys ja kontaktien ulkomaille ovat selkeässä yhteydessä toisiinsa. Vastaajat, joilla on eniten yhteyksiä, eivät yllättäen koe olevansa kaikkein kansainvälisimpiä.

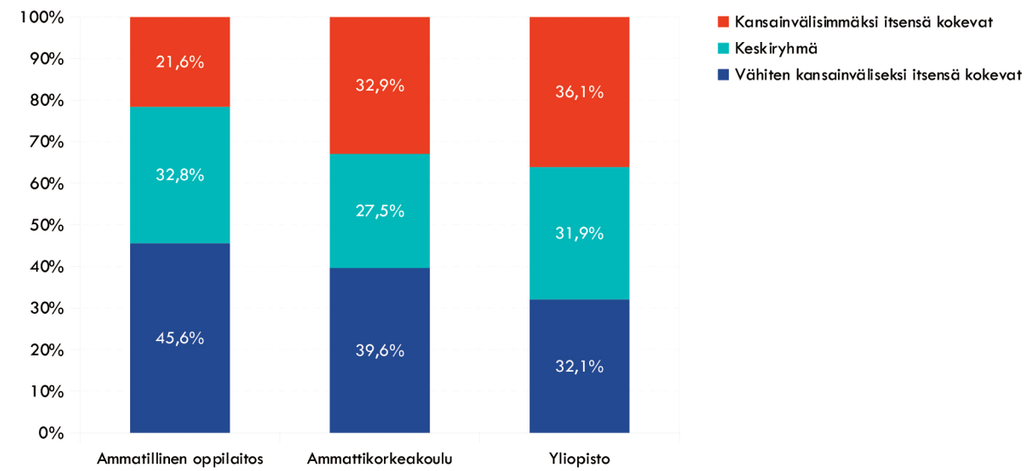
- Vähiten kansainväliseksi itsensä kokevat
- Keskiryhmä
- Kansainvälisimmäksi itsensä kokevat

Kuvio 2.4.7: Vastaajan oman kansainvälisyyden vaikutus kansainvälisen osaamisen hahmottamiseen.



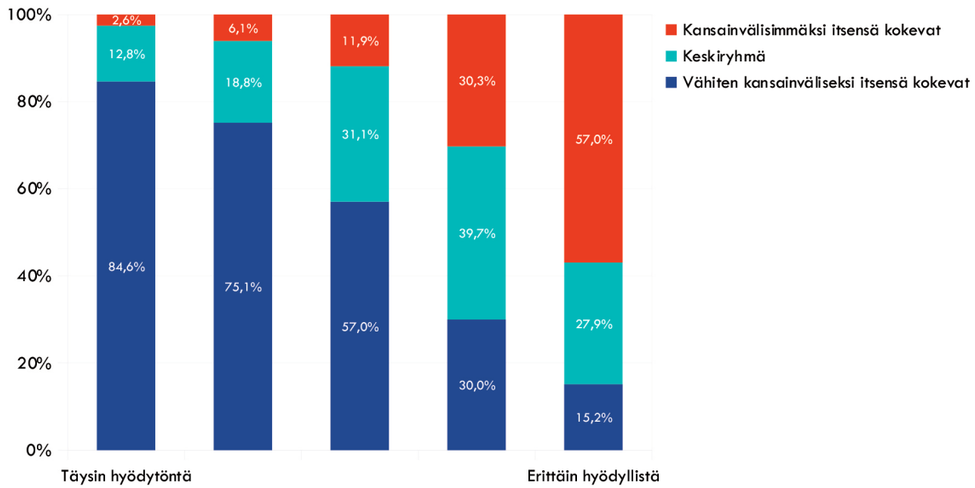
Vastaajan oma kansainvälisyys vaikuttaa jonkin verran siihen, mihin kokee kansainvälisen osaamisen olevan yhteydessä. Ne opiskelijat, jotka ovat itse kansainvälisempiä, kokevat kansainvälisen osaamisen yhdistyvän hieman enemmän kaikenlaiseen osaamiseen. Oma kansainvälisyys ei kuitenkaan vaikuta voimakkaasti siihen, mihin kokee kansainvälisen osaamisen olevan yhteydessä. Suurimpia erot ovat ongelmanratkaisukyvyn, sopeutumisen ja itsetuntemuksen kohdalla.

Kuvio 2.4.8: Koulutuksen yhteys kokemukseen kansainvälisyydestä.

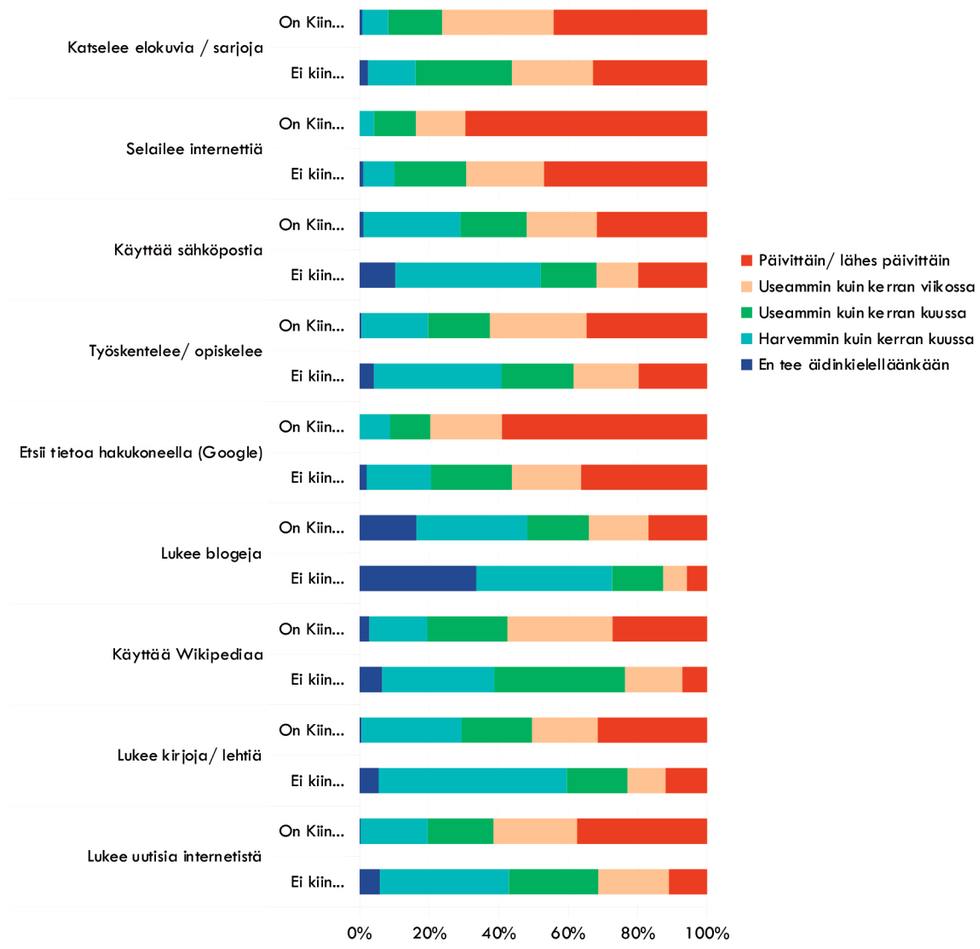


Koulutusasteen ja kansainvälisyyden välillä on havaittavissa yhteys. Yliopistokoulutuksessa olevista suurin osuus kuuluu eniten kansainvälisten joukkoon ja ammatillisesti koulutetuista suurin osuus kuuluu vähiten kansainvälisen joukkoon.

Kuvio 2.4.9: Opiskelijoiden kokemus omasta kansainvälisyydestä suhteutettuna kansainvälisen osaamisen hyödyllisyyteen.

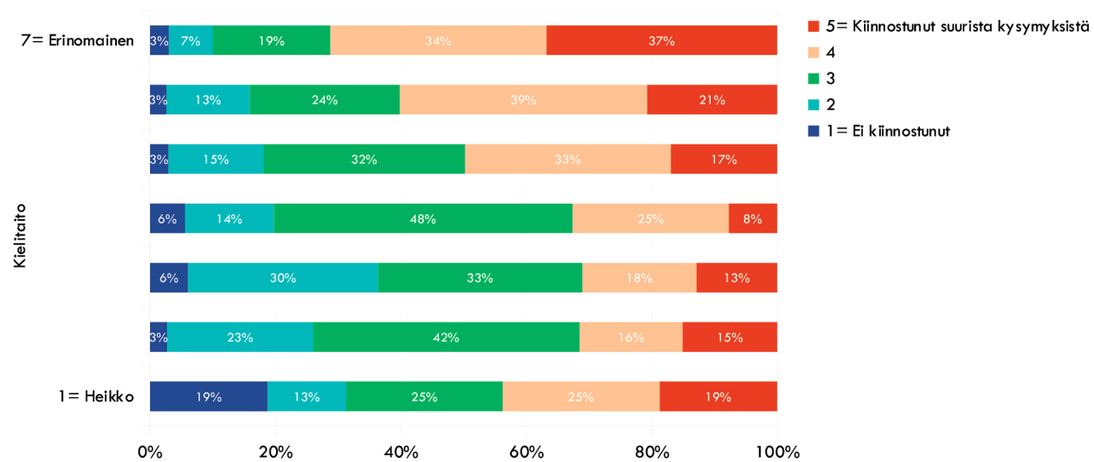


Kuvio 2.4.10: Kiinnostus maailman tapahtumia kohtaan ja vieraiden kielten käyttö.

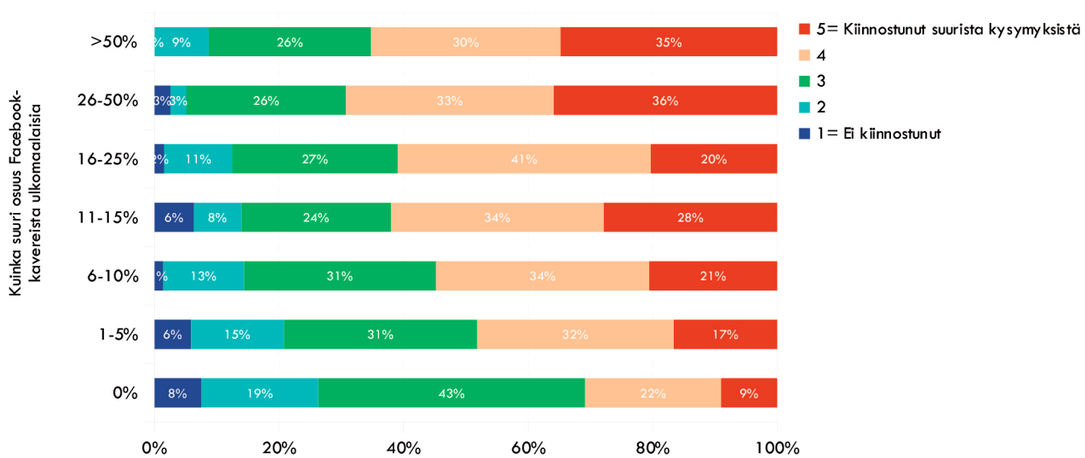


Vieraiden kielten käyttö eri tilanteissa on yhteydessä kiinnostukseen maailman suuria kysymyksiä kohtaan.

Kuvio 2.4.11: Kiinnostus maailman suuria kysymyksiä kohtaan ja oma arvio kielitaidosta.



Kuvio 2.4.12: Kiinnostus maailman suuria kysymyksiä kohtaan ja osuus Facebook-kavereista, jotka ovat ulkomaalaisia.



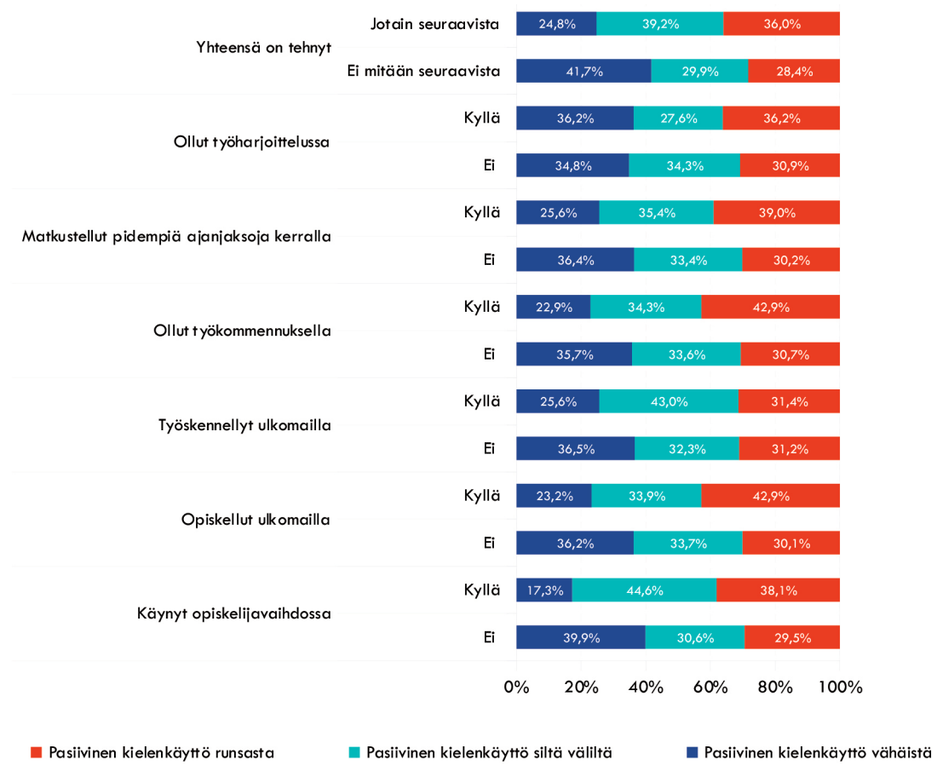
OSION 2.5 LIITTEET

PASSIIVINEN KANSAINVÄLISYYS: Suora summamuuttuja seuraavista osiosta: Lukee uutisia netistä ei-äidinkielellä, tiedon etsintää hakukoneella ei-äidinkielellä, Wikipedian käyttö ei-äidinkielellä, netin selailu ei-äidinkielellä, blogien lukeminen ei-äidinkielellä.

Cronbahin alpha:0.872 (Reliabiliteetti on varsin hyvä.)

AKTIIVINEN KANSAINVÄLISYYS: Suora summamuuttuja seuraavista osioista: Kirjoittaa työ-/opiskeluyhteyksissä ei-äidinkielellä, puhuu opiskelukavereiden kanssa ei-äidinkielellä, työskentelen / opiskelen ei-äidinkielellä ja puhuu läheisten kanssa ei-äidinkielellä.

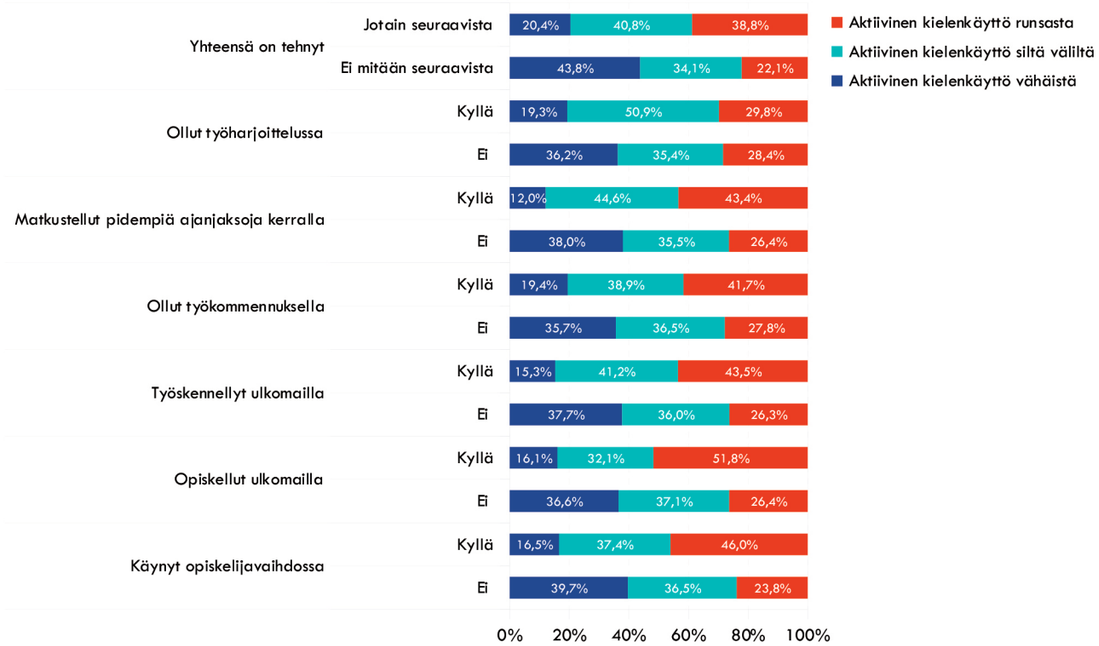
Cronbahin alpha:0.795 (Reliabiliteetti on kohtuullinen.)



Kuvio 2.5.1: Passiivinen kielenkäyttö ja kansainvälinen liikkuvuus.

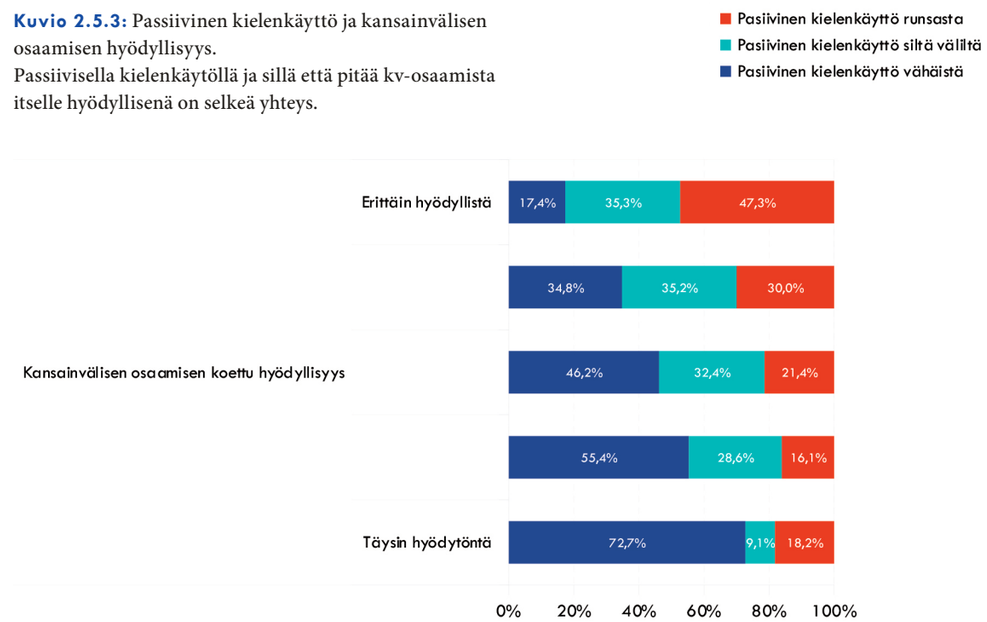
Kansainvälinen liikkuvuus selittää passiivista kielenkäyttöä. Etenkin opiskelijavaihdossa käyminen on voimas selittäjä.

Kuvio 2.5.2: Aktiivinen kielenkäyttö ja kansainvälinen liikkuvuus.

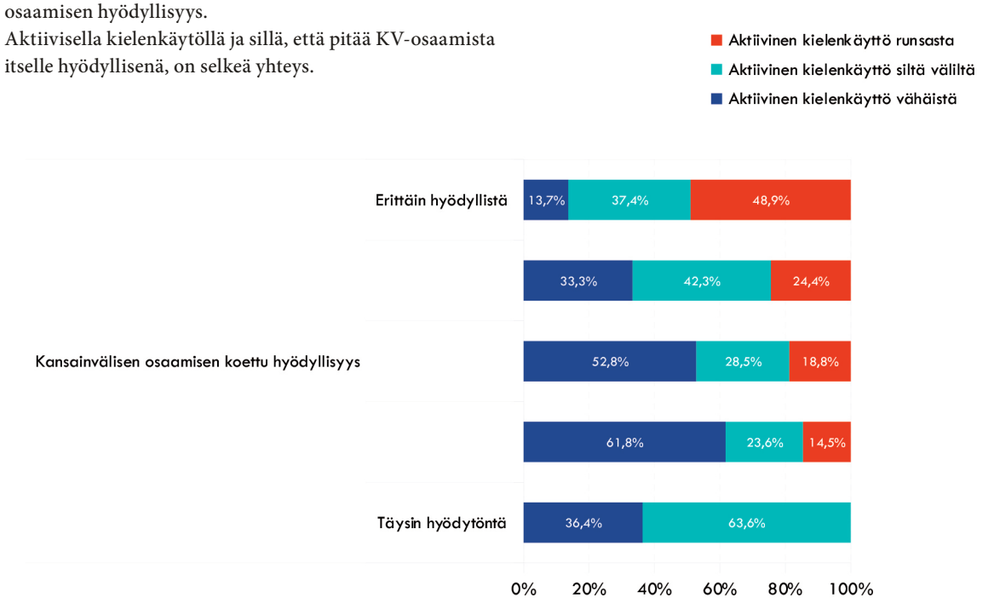


Kansainvälinen liikkuvuus selittää aktiivista kielenkäyttöä vielä voimakkaammin kuin passiivista. Etenkin opiskelijavaihdossa käyminen selittää aktiivista kielenkäyttöä.

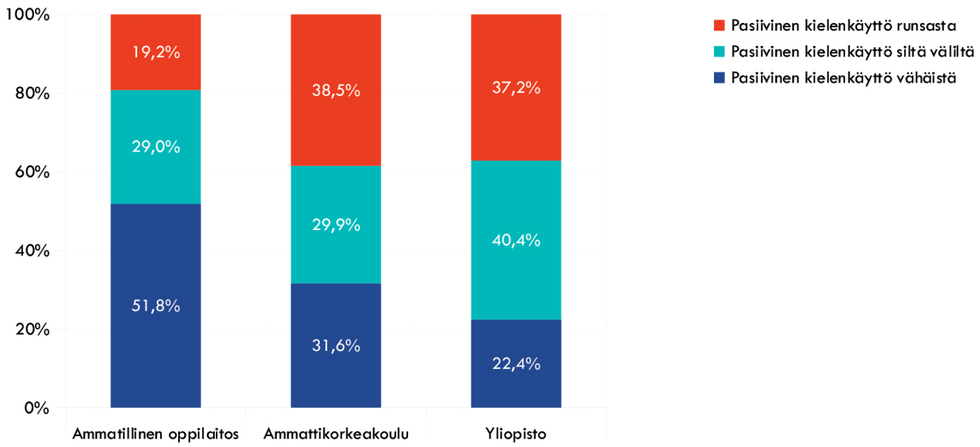
Kuvio 2.5.3: Passiivinen kielenkäyttö ja kansainvälisen osaamisen hyödyllisyys.
Passiivisella kielenkäytöllä ja sillä että pitää kv-osaamista itselle hyödyllisenä on selkeä yhteys.



Kuvio 2.5.4: Aktiivinen kielenkäyttö ja kansainvälisen osaamisen hyödyllisyys.
Aktiivisella kielenkäytöllä ja sillä, että pitää KV-osaamista itselle hyödyllisenä, on selkeä yhteys.

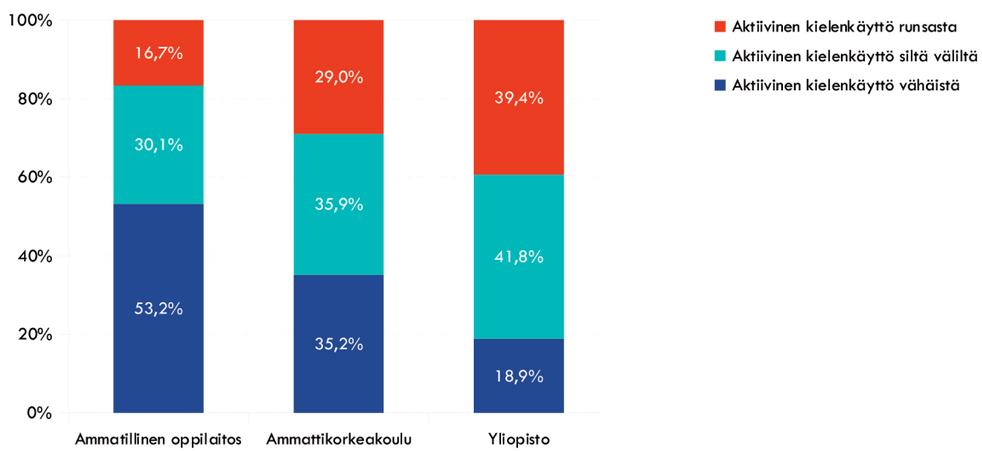


Kuvio 2.5.5: Passiivinen kielenkäyttö ja koulutusaste.



Passiivinen kielenkäyttö ja koulutusaste ovat yhteydessä toisiinsa. Etenkin ammatillinen koulutus eroaa muista ryhmistä.

Kuvio 2.5.6: Aktiivinen kielenkäyttö ja koulutusaste.



Aktiivisen kielenkäytön ja koulutusasteen yhteys on hyvin suoraviivainen ja jonkin verran voimakkaampi, kuin passiivisen kielenkäytön ja koulutustason välinen yhteys.

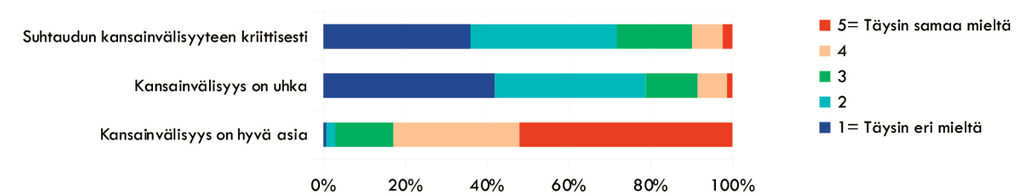
MUUT TUTKIMUKSEN LIITTEET

Kansainvälisyyttä arvostetaan suomalaisessa työelämässä

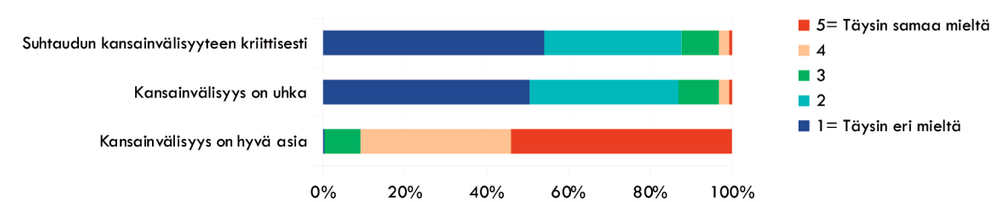
Kyselytutkimuksessa selvitettiin myös suomalaisen työelämän suhtautumista kansainvälisyyteen. Työnantajat suhtautuvat kansainvälisyyteen erittäin positiivisesti. Häviävän pieni osuus työnantajista suhtautuu kansainvälisyyteen kriittisesti (3,2 %) tai pitää sitä uhkana (3,2 %) Sen sijaan hyväksi asiaksi kansainvälisyyden kokee yhdeksän kymmenestä työnantajasta (90,8 %). Opiskelijoista vain hyvin pieni osuus suhtautuu kansainvälisyyteen kriittisesti (9.8%) tai pitää sitä uhkana (8,8 %) Hyväksi asiaksi kansainvälisyyden kokee 82,8 % opiskelijoista.

Suomalaiset työnantajat ja opiskelijat pitävät kansainvälisyyttä hyvänä asiana. 82,9 % opiskelijoista suhtautui kansainvälisyyteen positiivisesti, kun negatiivisesti siihen suhtautui vain 2,9 %. Työnantajista positiivisesti kansainvälisyyteen suhtautuu 90,8 % ja negatiivisesti vain 0,4 %.

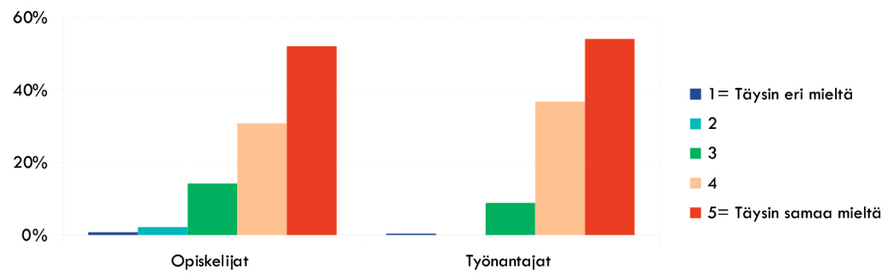
Kuvio 2.6.1: Opiskelijoiden suhtautuminen kansainvälisyyteen.



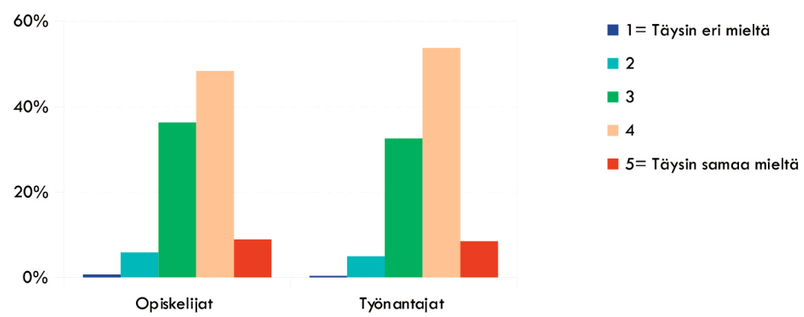
Kuvio 2.6.2: Työnantajien suhtautuminen kansainvälisyyteen.



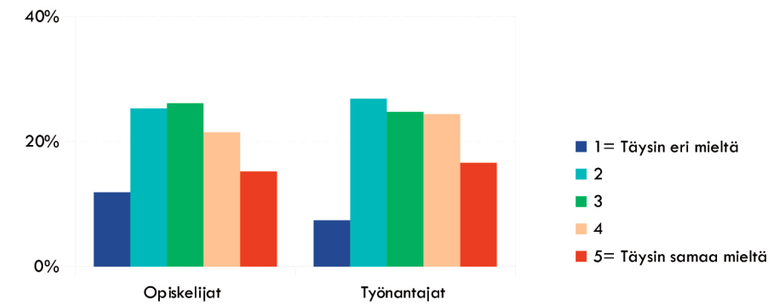
Kuvio 2.6.3: Kansainvälisyys on hyvä asia.



Kuvio 2.6.4: Opiskelijoiden ja työnantajien oma arvio siitä, kuinka ihmiset yleisesti suhtautuvat kansainvälisyyteen.



Kuvio 2.6.5 Vastaajien arvio väitteeseen "Kansainvälisyys on arkipäivää".

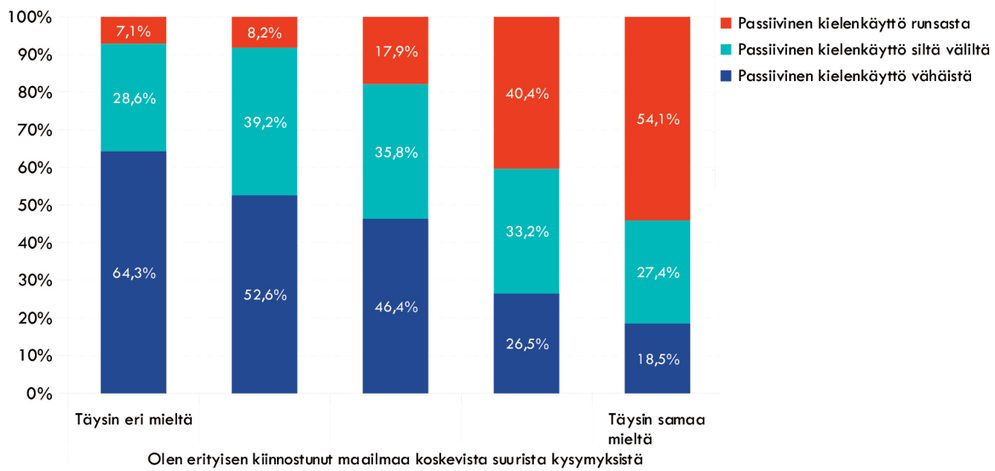
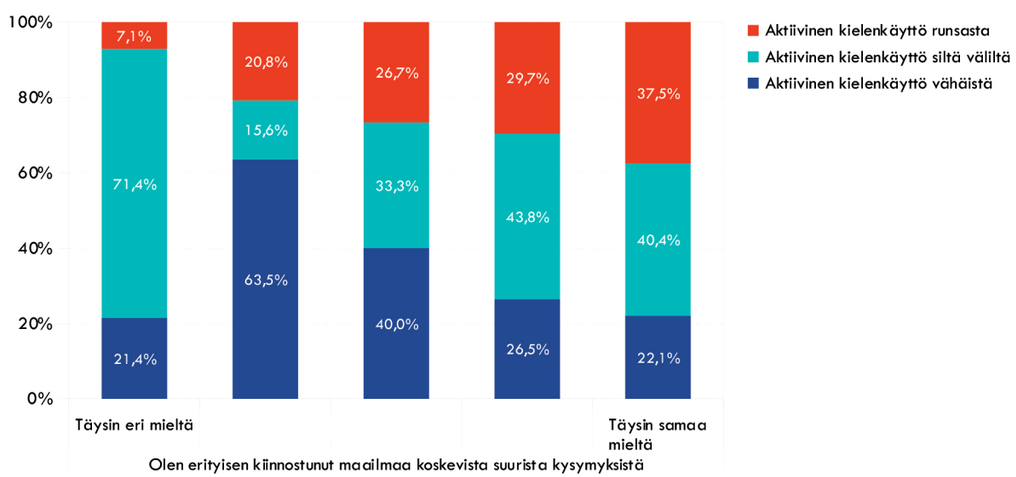


Opiskelijat ja työnantajat ovat myöskin sitä mieltä, että yleisesti muut ihmiset suhtautuvat kansainvälisyyteen myönteisesti (kuvio 2.6.4). Ero edelliseen kuvaajaan on kuitenkin merkittävä. Muiden arvellaan suhtautuvan kansainvälisyyteen vähemmän positiivisesti, kuin mitä itse suhtaudutaan.

Taulukosta 1 käy ilmi, että vain hyvin harva vastaajista arvelee muiden suhtautuvan kansainvälisyyteen positiivisemmin kuin itse - opiskelijoista 7,5 % ja työnantajista 3,5 %. Sen sijaan sekä opiskelijoista 60,7 %, ja työnantajista 62,9 % arvelee muiden suhtauvan kansainvälisyyteen itseä negatiivisemmin. Taulukko on muodostettu vertaamalla vastaajien vastauksia kysymyksissä: "Kansainvälisyys on hyvä asia" ja "Yleisesti ihmiset suhtautuvat kansainvälisyyteen myönteisesti".

Kansainvälisyys on suomalaisessa työelämässä paitsi hyvä asia, myös arkipäivää (kuvio 2.6.5). Opiskelijoista 37 % ja työnantajista 41 % kokee kansainvälisyyden olevan heille arkipäivää.

Kuvio 2:14 Passiivinen kielenkäyttö ja kiinnostus suuria kysymyksiä kohtaan.



Kuvio 2:15 Aktiivinen kielenkäyttö ja kiinnostus suuria kysymyksiä kohtaan.